



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
INGENIERIA COMERCIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

INGENIERA COMERCIAL

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CONSTRUCCIÓN DE CABAÑAS TURÍSTICAS ECOLÓGICAS EN LA COMUNIDAD DE ANGAS CON EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE HUIGRA 2015”.

AUTORA:

FANNY PATRICIA TORRES QUITO

RIOBAMBA –ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN DE TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación, ha sido desarrollado por la señorita **Fanny Patricia Torres Quito**, quien ha cumplido con las normas de investigación científica, y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Norberto Hernán Morales Merchán

DIRECTOR DEL TRIBUNAL

Ing. Pedro Pablo Bravo Molina

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Fanny Patricia Torres Quito**, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba 23 de Octubre de 2016.

Fanny Patricia Torres Quito

CI. 0604008383

DEDICATORIA

En la culminación de este esfuerzo académico dedico este éxito con emoción y cariño a Dios y a mis padres. A Dios que ha estado siempre conmigo en cada paso, en cada sueño, guiándome y dándome fortaleza para seguir en la conquista de mis objetivos. A mis padres: Hugo y Piedad, quienes confiaron en mí y me apoyaron en este caminar y han velado por mi bienestar y superación en todo momento.

A mi esposo Alfred, por su confianza y aliento en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi capacidad y esperanza.

A mis hijos Emily, Anderson y Sebastián, quienes son la razón de mi vida y el motor que impulsó la culminación de este proyecto.

Fanny Patricia Torres Quito

AGRADECIMIENTO

La gratitud constituye un noble valor que debe predicar el ser humano, como muestra de reconocimiento a quienes han permitido la consecución de logros y la generación de alegrías colectivas. Mi agradecimiento a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por haberme abierto la oportunidad de culminar mis estudios, a mis maestros que confiaron sus conocimientos y experiencias siendo un permanente apoyo día tras día en cada uno de mis retos académicos.

Es oportuno reconocer la acción e iniciativa de mi director de tesis Ing. Norberto Morales, por haberme brindado la posibilidad de alimentar desde su capacidad y conocimiento científico mis ilusiones estudiantiles, por su optimismo y paciencia para guiar este proceso de titulación.

Fanny Patricia Torres Quito

ÍNDICE GENERAL

Portada...	i
Certificación de tribunal	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice general.....	vi
Índice de tablas	ix
Índice de gráficos.....	xi
Índice de anexos.....	xi
Resumen ejecutivo	xii
Summary.....	xiii
Introducción	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1.1 Formulación del Problema.....	3
1.1.2 Delimitación del Problema	4
1.2 JUSTIFICACIÓN	4
1.3 OBJETIVOS	5
1.3.1 Objetivo General.....	5
1.3.2 Objetivos Específicos	5
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	6
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	6
2.1.1 Antecedentes históricos	6
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	8
2.2.1 Proyecto de inversión.....	8
2.2.2 Estudio de mercado.....	13
2.2.3 Estudio técnico.....	25
2.2.4 Estudio económico- financiero	30
2.2.4.3 Gastos.....	31
2.2.5 Evaluación financiera	32

2.2.6	Turismo	35
2.2.6.3	Análisis económico del turismo.....	37
2.3	IDEA A DEFENDER	39
2.4	VARIABLES	39
2.4.1	Variable Independiente	39
2.4.2	Variable Dependiente	39
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....		40
3.1	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	40
3.2	TIPOS DE INVESTIGACIÓN	40
3.3	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	41
3.4	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	43
3.4.1	Métodos de investigación	43
3.4.2	Técnicas de investigación	44
3.4.3	Instrumentos.....	44
3.5	RESULTADOS	44
CAPÍTULO IV: PROPUESTA		56
4.1	ESTUDIO DE MERCADO	56
4.1.1	Análisis de la demanda	56
4.1.2	Análisis de la oferta	57
4.1.3	Demanda Insatisfecha	58
4.1.4	Análisis del producto	59
4.1.5	Análisis de precios	60
4.1.6	Análisis de Publicidad	62
4.2	ESTUDIO TÉCNICO	66
4.2.1	Macrolocalización.....	66
4.2.2	Microlocalización	68
4.2.3	Localizacion óptima.....	70
4.2.4	Ingeniería y tecnología	75
4.3	ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVO.....	81
4.3.1	Estudio Legal	81
4.3.2	Estudio Administrativo	85
4.4	ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	107
4.4.1	Presupuesto de inversiones	107
4.4.2	Costos de producción.....	118

4.4.3	Gastos de administración	122
4.4.4	Gasto de ventas	123
4.4.5	Gastos financieros	124
4.4.6	Ingresos del proyecto	124
4.4.7	Estado de resultados.....	126
4.4.8	Estado de flujo de efectivo.....	128
4.4.9	Análisis financiero	129
CONCLUSIONES		132
RECOMENDACIONES.....		133
BIBLIOGRAFÍA		134
ANEXOS		137

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1:	Conocimiento de la comunidad Angas por parte del turista.....	45
Tabla 2:	Motivos de visita a la parroquia Huigra y sus sectores aledaños.....	46
Tabla 3:	Hospedaje.....	47
Tabla 4:	Tiempo de estadía	48
Tabla 5:	Aspectos importantes de un sitio turístico	49
Tabla 6:	Con quien visita el lugar turístico	50
Tabla 7:	Aceptación de las cabañas turísticas en la comunidad Angas	51
Tabla 8:	Preferencia contacto con la naturaleza.....	52
Tabla 9:	Servicios que preferiría se brinden en las cabañas	53
Tabla 10:	Precio que pagaría por el servicio de Cabañas	54
Tabla 11:	Atractivos turísticos que deben ser explotados.....	55
Tabla 12:	Demanda histórica	57
Tabla 13:	Demanda futura.....	57
Tabla 14:	Oferta histórica	57
Tabla 15:	Oferta futura.....	58
Tabla 16:	Descripción del producto	59
Tabla 17:	Distribución	65
Tabla 18:	Descripción de la variable producción.....	67
Tabla 19:	Atractivos turísticos naturales.....	70
Tabla 20:	Cabañas turísticas ANGAS.....	75
Tabla 21:	Terreno.....	107
Tabla 22:	Construcciones Civiles	107
Tabla 23:	Equipo de oficina	108
Tabla 24:	Equipo para 4 habitaciones matrimoniales	108
Tabla 25:	Equipo para 2 habitaciones dobles.....	108
Tabla 26:	Equipo para 2 habitaciones familiares	109
Tabla 27:	Equipo de limpieza	109
Tabla 28:	Equipo para restaurante	109
Tabla 29:	Equipo de oficina	109
Tabla 30:	Equipo de cómputo	110
Tabla 31:	Equipo de seguridad.....	110

Tabla 32:	Vehículos	110
Tabla 33:	Gastos de constitución	112
Tabla 34:	Amortización gasto constitución	112
Tabla 35:	Capital de trabajo	113
Tabla 36:	Cuadro de inversiones.....	114
Tabla 37:	Estructura del Financiamiento	118
Tabla 38:	Amortización crédito bancario.....	118
Tabla 39:	Accesorios para las habitaciones	119
Tabla 40:	Materia prima para preparación de alimentos.....	119
Tabla 41:	Mano de obra directa	120
Tabla 42:	Artículo de limpieza.....	121
Tabla 43:	Herramienta de mantenimiento.....	121
Tabla 44:	Servicios Básicos	121
Tabla 45:	Otros Gastos.....	121
Tabla 46:	Suministros de Oficina.....	123
Tabla 47:	Gasto Publicidad	123
Tabla 48:	Gastos Financieros	124
Tabla 49:	Ingreso por el servicio prestado	125
Tabla 50:	Estado de resultados.....	127
Tabla 51:	Flujo de efectivo	128
Tabla 52:	Cálculo del VAN	129
Tabla 53:	Calculo del TIR.....	130

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1:	Etapas de la vida de un proyecto	9
Gráfico 2:	Viabilidad de un proyecto de inversión.....	13
Gráfico 3:	Tipos de costos	32
Gráfico 4:	Registro de ingreso de turistas a la Nariz del diablo	41
Gráfico 5:	Conocimiento de la comunidad Angas por parte del turista.....	45
Gráfico 6:	Motivos de visita a la parroquia Huigra y sus sectores aledaños	46
Gráfico 7:	Hospedaje	47
Gráfico 8:	Tiempo de estadía.....	48
Gráfico 9:	Aspectos importantes de un sitio turístico.....	49
Gráfico 10:	Con quien visita el lugar turístico.....	50
Gráfico 11:	Aceptación de las cabañas turísticas en la comunidad Angas.....	51
Gráfico 12:	Preferencia contacto con la naturaleza	52
Gráfico 13:	Servicios que preferiría se brinden en las cabañas	53
Gráfico 14:	Precio que pagaría por el servicio de Cabañas	54
Gráfico 15:	Atractivos turísticos que deben ser explotados	55
Gráfico 16:	Plano de la construcción	72
Gráfico 17:	Permisos	83
Gráfico 18:	Obligaciones tributaria	83
Gráfico 19:	Obligaciones patronales.....	83
Gráfico 20:	Otras contribuciones y obligaciones.....	84
Gráfico 21:	Organigrama estructural	87

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1:	Modelo de encuesta.....	137
Anexo 2:	Tasa de interés activa y pasiva	140

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo de la presente investigación es un estudio de factibilidad para la construcción de cabañas turísticas ecológicas en la comunidad de Angas con el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Huigra 2015.

Se desarrolla el proyecto iniciando con el estudio de mercado en el cual se analizó la demanda y la oferta, obteniendo la demanda insatisfecha del sector la cual se pretende a cubrir en un 60%, se efectuó un análisis del servicio de alojamiento, del precio, de las estrategias publicitarias a aplicar. Posteriormente se realizó el estudio técnico, en el estudio administrativo- legal se detalla los documentos legales que se debe obtener antes de la implementación del negocio, también se puntualiza claramente el sistema organizacional que se manejará la Cabaña Turística. En el estudio económico financiero se detalla el presupuesto de inversiones, los costos de producción, los gastos, se analiza también los ingresos que generaría el proyecto obteniendo los estados financieros correspondientes. Como conclusión en el análisis de los diferentes indicadores económicos y financieros permitió determinar que el proyecto es rentable ya que se obtuvo un VAN de \$16758,49 con un TIR de 14,37% y Relación Costo/ Beneficio es de \$1,39 dólares. Se recomienda poner en marcha la ejecución del proyecto, considerando que genera ganancias y mejora la calidad de vida de las familias involucradas, así también se logra promocionar los lugares turísticos de la comunidad Angas.

Palabras claves: Proyecto de Factibilidad, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio, Estudio Económico Financiero. (TIR, VAN)

Ing. Norberto Hernán Morales Merchán
DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

SUMMARY

The objective of this research is a feasibility study for the construction of ecological tourist cabins in the Angas community, with the Autonomous Government decentralized Rural Parish from Huigra 2015.

The project starts with the study of market where it was analyzed demand and supply, obtaining the unsatisfied demand in the sector, which it is intended to cover 60%, analysis was effectuated as a hosting service, the price, advertising strategies to apply. Subsequently, the technical study was conducted in the administrative-legal study, legal documents must be obtained before the implementation of business, and also the organizational system will be handled clearly into Tourist Cabin. In the financial economic study the investment budget is detailed, the production costs, expenses, and it is also analyzed the revenue that would generate this project. In conclusion, the analysis of economic and financial indicators allowed to determine that the project is profitable because it was obtained a NPV of \$16.758,49 with an IRR of 14.37% and cost/benefit was \$1.39. It is recommended to start implementing the project, because it is considered that generates profits and improves the quality of life of the families involved, and it also will help promote tourist places of the Angas community.

Keywords: Feasibility Projects, Market Research, Technical Study, Financial Economic Survey. (IRR; NPV)

INTRODUCCIÓN

La Organización Mundial del Turismo (OMT), tiene como objetivo promover el turismo a nivel mundial, define esta actividad como las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, confines de ocio, por negocio y otros motivos.

El turismo es un sector y actividad importante para el Ecuador y para el mundo en general, ya que influye en el estilo de vida tanto del turista como de la persona que ofrece el servicio, mejora la calidad de vida debido a un mejor manejo a los atractivos naturales y la conservación del medio ambiente.

Sin duda alguna, el turismo es un sector importante para la reactivación económica, la generación de nuevas plazas de empleo, la atracción de inversión local y extranjera, la mejora de infraestructura hoteleras, puertos y vías; pero más importante es la entrada de divisas para el Ecuador.

Ecuador tiene ventajas sobre los demás países ya que posee cuatro regiones que van desde la diversidad topográfica de la Amazonía a volcanes y nevados de los Andes; amplias playas en la Costa y las Islas Galápagos, conocidos como las islas en cantadas, en la región insular. Lo interesante de las cuatro regiones es que, cada una de ellas representa un ecosistema único y por lo tanto el país cuenta con la mayor biodiversidad por kilómetro cuadrado.

Vale mencionar que el país, debido a su amplia diversidad y ubicación geográfica, posee rincones declarado Patrimonio Cultural de La Humanidad por la UNESCO.

En el Ecuador habitan 13 nacionalidades indígenas con identidades culturales propias. Ecuador es un destino que ofrece varias alternativas de actividades para el viajero: desde el turismo de aventura al ecoturismo, aventurismo, agro turismo,

voluntariado, historia y cultura, deportes acuáticos, viajes de incentivos y convenciones.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Al considerarse el turismo como una fuente de ingresos que genera empleo a nivel mundial, el Ecuador debe aprovechar este recurso para mejorar la calidad de vida de la población, por lo que se debería brindar importancia al turismo comunitario y ecológico.

La Parroquia Huigra pertenece al cantón Alausí en la provincia de Chimborazo, se encuentra a 132 Km de la ciudad de Riobamba, a 35 Km del cantón Alausí y 143 km de la ciudad de Guayaquil provincia del Guayas, está en el centro de la región interandina, en la hoya del río Chanchán uniendo la sierra con la costa. En la actualidad la comunidad de Angas ubicada en esta parroquia, no dispone de proyectos turísticos, lo cual ha impedido que esta importante zona se convierta en un lugar de destino turístico de visitantes nacionales y extranjeros, estableciendo limitaciones en el desarrollo económico de los habitantes, desmotivando al mismo tiempo el reconocimiento social de la parroquia en el contexto nacional e internacional.

La Comunidad Angas no cuenta con un lugar que acoja a los visitantes que llegan al lugar, ofreciéndoles estadía, alimentación y un recorrido por los principales lugares turísticos de la zona, brindándoles todas las comodidades del mundo moderno con la seguridad necesaria para que disfrute de las riquezas naturales, como ríos, cascadas, vegetación y mucho más.

1.1.1 Formulación del Problema

A continuación se formula la interrogante a la que se pretende dar respuesta:

¿Cómo influye el estudio de factibilidad para la construcción de cabañas turísticas ecológicas en la Comunidad de Angas con el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Huigra 2015?

1.1.2 Delimitación del Problema

El presente trabajo de titulación se enfoca a un estudio de factibilidad para la construcción de cabañas turísticas ecológicas, este proyecto se efectuará en la Comunidad de Angas con el apoyo del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Huigra dentro del periodo 2015.

1.2 JUSTIFICACIÓN

Este es un proyecto que será creado para satisfacer las necesidades del turista nacional y extranjero, brindándole un servicio de hospedaje y actividades de esparcimiento en compañía de la naturaleza, inmerso en la diversidad ecológica de su entorno. Pretendemos ofrecer cómodas cabañas para su alojamiento, servicio de alimentación, visita a los ríos y montañas disfrutando de la flora y fauna del sector.

El presente proyecto de factibilidad se desarrolla bajo sus componentes que son: estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo, estudio económico-financiero donde cada uno de estos elementos posee igual nivel de importancia para la toma de decisiones del inversor.

Las Cabañas Ecológicas en la Comunidad Angas desarrollarán beneficios socioeconómicos que impactan a la zona, como, la diversificación de la economía del sector, la generación de nuevos servicios, la creación y mantenimiento de infraestructuras; la promoción de actividades innovadores; el desarrollo de productos locales y artesanía; la creación de puestos de trabajo; los ingresos complementación a las economías familiares, oportunidades laborales para jóvenes y mujeres de la comunidad.

Se obtendrá también beneficios culturales respecto a la recuperación y revitalización de la cultura local; consolidación de la identidad local, intercambios culturales entre residentes locales y turistas.

Y como beneficio ambiental se logrará la concienciación local sobre el patrimonio que permite la revitalización de los recursos naturales; el mantenimiento de la actividad agrícola; los paisajes agropecuarios; la reutilización de construcciones antiguas y la reducción o limitación de fórmulas de edificaciones masificadas.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la construcción de cabañas turísticas ecológicas en la comunidad de Angas con el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Huigra 2015.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Determinar las leyes y normas necesarias para la construcción de cabañas turísticas ecológicas en la comunidad de Angas Parroquia Huigra.
- Definir el posible segmento de mercado para el desarrollo de servicios y actividades adecuadas a las necesidades, costumbres, gustos y preferencias de los mismos.
- Diseñar la infraestructura general, las estrategias del servicio, la organización y la operación de las cabañas a partir de los requerimientos del mercado.
- Realizar un estudio financiero para determinar la inversión necesaria para la realización del proyecto

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Luego de haber realizado una investigación bibliográfica en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo en la Facultad de Administración de Empresas se puede evidenciar que no existe un trabajo con la misma temática planteada “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CONSTRUCCIÓN DE CABAÑAS TURÍSTICAS ECOLÓGICAS EN LA COMUNIDAD DE ANGAS CON EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE HUIGRA 2015”. Sin embargo a continuación citamos algunos trabajos de investigación similares al presente que han sido realizados por estudiantes de las distintas facultades de la ESPOCH:

- (Samaniego P, 2011) “Estudio de Factibilidad para un proyecto turístico sostenible en la Comunidad Tunshi San Miguel, Cantón Chambo, Provincia de Chimborazo”
- (Pontón C, 2011) “Estudio de Factibilidad para la Implementación de un Restaurante en el Hotel Mashany de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo”
- (Larco S, 2015) “Estudio de factibilidad para la implementación de un Complejo Ecoturístico en la Hacienda San Vicente, parroquia la Candelaria, cantón Penipe, provincia de Chimborazo”
- (Chamorro, 2015) “Estudio de factibilidad para la implementación de un producto de turismo comunitario en la parroquia Valle Hermoso, cantón Santo Domingo, provincia Santo Domingo de los Tsachilas”

2.1.1 Antecedentes históricos

Según el (Huigra, PDOT, 2015-2019)

Históricamente, los campesinos del sector llamaban a ese lugar “Huagra”, palabra que el Quichua significa Toro Macho, y se debe a que en esta región se criaban,

casi en estado salvaje, miles de cabezas de ganado que pastaban en el valle. La pronunciación de los “gringos”, hizo que la palabra se degenerara en Huigra es este nombre el que gana más simpatía entre los habitantes y se decide por mayoría realizar movilizaciones para que el proyecto de parroquialización del lugar se llame Huigra, logrando su propósito mediante Acuerdo Ministerial No. 546 fechado el 7 de mayo de 1907, durante la 2da administración del Gral. Eloy Alfaro Delgado, hecho único en la vida administrativa de la República, ya que solo pocos años atrás se habían instalado los primeros habitantes.

La parroquia de Huigra tiene un gran potencial es poseedor de una vegetación exuberante y con un colorido mágico, más conocida como “La Eterna Primavera”, su clima es cálido. Huigra es considerado un pueblo “ferroviario” ya que ahí se construyó la gerencia general del ferrocarril en el Ecuador.

En cuanto a las bellezas naturales que posee están las cascadas de los ríos Angas y Panamá, el río Angas baja desde lo alto de la cordillera formando un impresionante salto, se encuentra a 20 minutos del Centro Histórico de Huigra, entre las actividades que se pueden realizar están caminatas de descenso hasta el lugar donde se puede observar a plenitud y tomar fotografías de la cascada Angas, que se encuentra ubicada a 1 hora del cantón Alausí.

La Cascada del Río Panamá es uno de los atractivos turísticos de esta ruta, en cuyo alrededor se encuentra un bosque nativo, en el cual se puede encontrar flora y fauna nativa; para acceder a este atractivo se transita por la Vía Alausí - El Triunfo de primer orden, la distancia desde la parroquia de Huigra es 3 Km., se puede realizar caminatas por el sendero que se encuentra a una altitud que va desde los 1280 a 1465 msnm. la cascada presenta una altura de 25 m. y 6 m. de ancho, su caudal aproximadamente es de 60 litros/segundo, la misma que forma un vado de 6 m., de ancho y 3 m. de largo el que se aumenta especialmente en los meses de invierno.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1 Proyecto de inversión

Es un conjunto de estudios mediante los cuales se formaliza una idea de negocio que tiene por objeto implementar la producción de un bien o servicio y resolver una necesidad.

“Menciona que es un plan que si se le asigna determinado monto de capital y se le proporciona insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general”. (Fernandez, 2010)

“Es una serie ordenada de actividades orientadas hacia la inversión, fundamentadas en una planificación completa y coherente mediante la cual espera que una serie de recursos humanos, financiero y materiales produzcan desarrollo económico y social”. (Meza.J, 2010)

2.2.1.1 Tipos de proyectos de inversión

Por lo general, los proyectos de inversión se clasifican en tres campos.

- a) **Según la categoría.** De acuerdo a esta clasificación, los proyectos pueden ser de producción de bienes y de prestación de servicios. Los proyectos de producción de bienes se orientan a la transformación de recursos primarios en productos para el consumo. Los proyectos de prestación de servicios satisfacen necesidades humanas utilizando bienes ya producidos por el hombre como por ejemplo, el servicio de transporte, hotelería, recreación, etc.
- b) **Según la actividad económica.** En este campo los proyectos se clasifican dependiendo del sector económico que atienden. Así se encuentran los proyectos agropecuarios, industriales, de servicios, pecuarios, agroindustriales, industriales, turísticos, comerciales, etc.

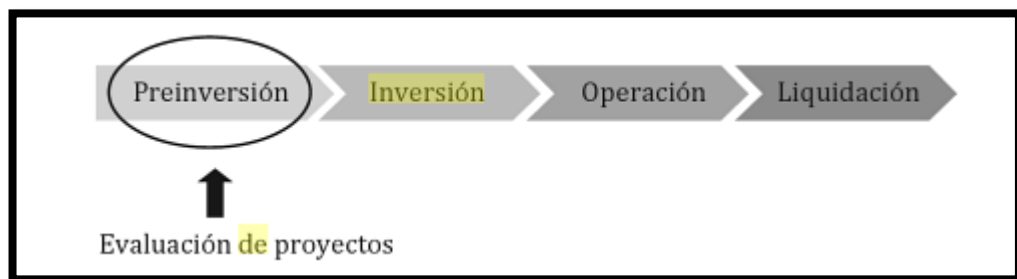
- c) **Según su carácter y entidad que los promueve.** Se clasifican en proyectos de inversión privados (con ánimos de lucro) y proyectos de carácter social. Los proyectos privados se implementan cuando existe una demanda real en el mercado y le otorgan a la entidad que los promueve una rentabilidad que satisface sus expectativas mínimas de rendimiento. Los proyectos sociales o de inversión pública tienen como finalidad mejorar el bienestar de una comunidad a través de la prestación de un servicio o del suministro de un bien.

2.2.1.2 Etapas de un proyecto

Para (Lira. P, 2013) Un proyecto es, en términos simples, cualquier idea que satisface una necesidad.

Existen cuatro etapas en su vida: pre inversión, inversión, operación y liquidación.

Gráfico 1: Etapas de la vida de un proyecto



Fuente: (Lira. P, 2013)

2.2.1.2.1 Pre inversión

Esta etapa corresponde a todos los estudios que son necesarios para realizar antes de tomar la decisión de la inversión. Es conocida también como la Formulación y Evaluación del proyecto de inversión, que dependiendo del nivel de profundidad de los estudios y de la calidad de la información recolectada se realiza a nivel de Perfil. Pre factibilidad (anteproyecto) o Factibilidad (proyecto definitivo). En esta etapa se realiza los estudios necesarios para tomar la decisión de realizar o no el proyecto de inversión.

La viabilidad de las ideas de inversión, así como la de los anteproyectos y los proyectos definitivos, es determinada mediante un procedimiento de dos etapas denominada Formulación y Evaluación, al cabo de las cuales son seleccionadas solamente aquellas alternativas que satisfacen ciertos requerimientos de rentabilidad. Las alternativas que no satisfacen tales parámetros de rentabilidad se rechazan, o bien son propuestas para futuros análisis.

Formulación del proyecto

La formulación de un proyecto parte de la identificación de un problema, o de una oportunidad de negocio, y permite establecer qué tipos de bienes y / o servicios son necesarios producir e implementar para su solución o aprovechamiento. La etapa de formulación después de identificado el problema o la oportunidad de negocio, tiene como propósito principal determinar el monto de la inversión inicial, los ingresos y egresos del proyecto mediante una serie de estudios secuenciales como el estudio de mercado, técnico, administrativo y financiero. Esta etapa es importante porque permite determinar con claridad si el proyecto de inversión generará o no los recursos suficientes que justifiquen el sacrificio que hace el inversionista al privarse del consumo en el presente.

2.2.1.2.2 Inversión

Es la etapa del ciclo proyecto en la cual se materializan las acciones, que dan como resultado la producción de bienes o servicios y termina cuando el proyecto comienza a generar beneficios. La inversión se realiza en un periodo de tiempo determinado y generalmente termina con un producto o con los elementos necesarios para la prestación de un servicio.

El periodo de inversión se inicia en el momento en que se toma la decisión de ejecutar el proyecto y termina cuando el proyecto entre en operación. En esta etapa se materializa lo definido en el estudio técnico, en lo que hace referencia a las inversiones que son necesarias para dejar al proyecto en condiciones de entrar en operación. Tales inversiones son: compras de terrenos, construcción de obras físicas, compra de

maquinarias y equipos, compra de equipos de oficina, adquisición de materias primas, adquisición de muebles y enseres, desarrollo de programas y procedimientos para la producción del bien o servicio, programas de capacitación de personal para la operación de maquinarias y equipos, etc.

2.2.1.2.3 Operación

Esta etapa corresponde a un periodo permanente de producción de bienes o la prestación de un servicio. Al entrar el proyecto en operación se inicia su ciclo de vida útil (tiempo estimado para la generación de beneficios) que termina en el momento de su liquidación. Durante todo el periodo de operación se realizan actividades de compra y transformación de materia prima, distribución, promoción y venta del producto, como también actividades administrativas orientadas a la planeación, organización y control de todo el proceso productivo y todas aquellas actividades necesarias para alcanzar los objetivos del proyecto.

La operación de un proyecto es la concentración de un plan en hechos reales, mediante la movilización de recursos humanos, financiero y logístico que se expresan en salidas de dinero como los costos de producción, administrativos, de ventas y financiera, y en ingresos por la venta del bien o servicio.

Una vez tomada la decisión de invertir en el proyecto se inicia un proceso que lo podemos resumir de la siguiente forma: los recursos monetarios invertidos se convierten en activos (se compran terrenos, equipos, edificaciones, vehículos, se contratan estudios, se hacen provisiones de capital de trabajo , etc); estos activos , a través del proceso de producción y combinados con ciertos insumos(mano de obra, materiales, etc), producen ciertos bienes o servicios que al ser vendidos generan flujo de ingresos. Al comparar este flujo de ingresos con la inversión en activos y la compra de insumos se podrá determinar la rentabilidad del proyecto.

El resultado de todas estas entradas y salidas de dinero durante un tiempo considerado para medir la bondad financiera del proyecto (horizonte de evaluación del proyecto)

conforma el Flujo de Caja, que es el elemento básico para la evaluación financiera del proyecto. Los flujos de caja se constituyen en el puente estratégico entre la formulación y la evaluación del proyecto, de tal forma que una buena formulación nos conduce a adecuadas y confiables flujos de caja a los cuales se les aplicarán criterios de evaluación orientados a plantear las recomendación de aceptación o rechazo de un proyecto.

2.2.1.3 Objetivos de un proyecto de inversión

Según (Meza.J, 2010)

La formulación del proyecto de inversión tiene tres objetivos básicos.

- Determinar si la implementación y desarrollo de la idea de negocio es viable
- Reunir elementos de juicio que permitan tomar decisiones racionales con respecto a la asignación de los recursos disponibles.
- Proyectar los resultados para determinar si el proyecto se descarta, se posterga o se ejecuta.

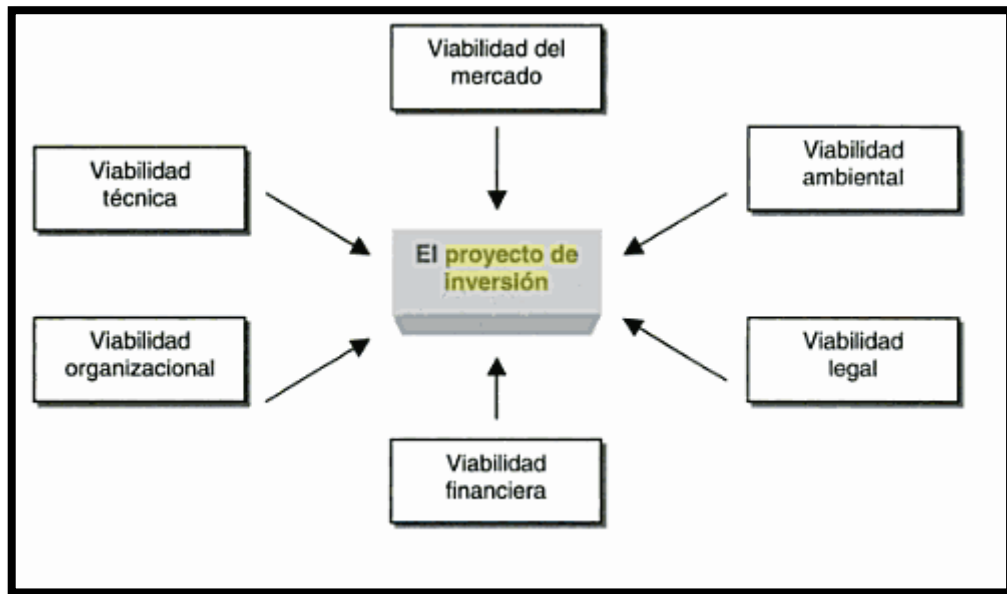
2.2.1.4 Viabilidad de un proyecto de inversión

Para (Hamilton. M; Pezo. A, 2010) “La viabilidad o factibilidad de un proyecto de inversión se determina por la posibilidad de implementarlo”.

Para que el proyecto sea viable tiene que cumplir satisfactoriamente los requerimientos técnicos, legales, organizaciones, ambientales, financieros y de mercado.

Una condición negativa en cualquiera de los aspectos señalados determinará que el proyecto tenga que reformularse o que no se lleve a cabo.

Gráfico 2: Viabilidad de un proyecto de inversión



Fuente: (Hamilton. M; Pezo. A, 2010)

2.2.2 Estudio de mercado

(Hotelería y Turismo, 2008)

Menciona en términos generales, el mercado constituye el lugar de encuentro entre consumidores y empresas. Se define, por lo tanto, como un espacio físico en el que se realiza la transacción e intercambio de bienes o servicios a cambio de una contraprestación económica.

En el caso del mercado turístico se dan una serie de peculiaridades que lo diferencian del resto de mercados de intercambio de bienes. El aspecto más destacado del mercado turístico es la amplitud de su demanda. Los demandantes de un producto turístico superan las fronteras físicas, ya que el producto turístico no se desplaza sino que el turista el que viaja en busca de un determinado producto. Esta característica añade mayor dificultad para analizar el perfil de la demanda de un determinado servicio o producto turístico.

La ausencia de barreras geográficas e los mercados turísticos hace que la captación de nuevos clientes requiera mayores esfuerzos y deba centrarse en las verdaderas motivaciones de la demanda.

(Gómez B & López P, 2002)

Afirman que desde el punto de vista económico, el mercado turístico constituye el lugar de encuentro entre la oferta y la demanda turística. Si bien la oferta es una función controlable por el empresario, la demanda está condicionada por numerosos factores y variables que no siempre puede controlar la empresa.

2.2.2.1 DEMANDA

Según la (OMT, 2016),

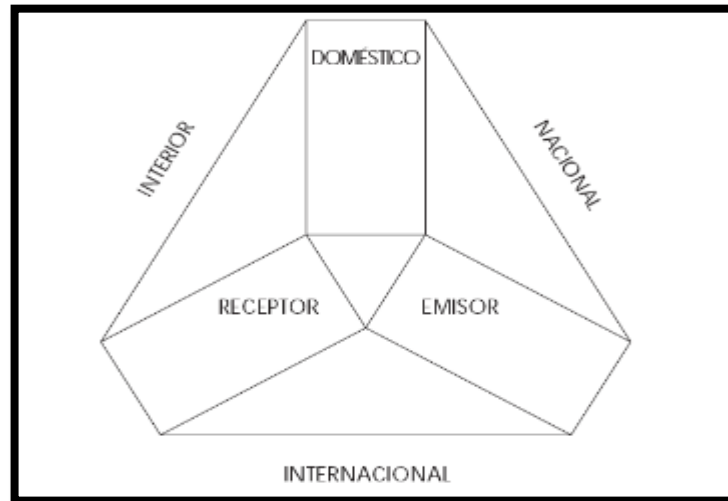
la demanda turística se define como: el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades.

Económicamente, la definimos como la cantidad de “producto turístico” que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento dado un precio determinado. El libro Marketing Turístico publicado por (Hotelería y Turismo, 2008) menciona:

La demanda turística se define como el volumen total de productos turísticos que una determinada población está dispuesta a consumir, ya sea por necesidad o por deseo. Sin embargo, un condicionante fundamental de la demanda turística es el poder adquisitivo, es decir, los turistas deben contar con una función de restricción presupuestaria (función que representa la cantidad de dinero disponible por un consumidor teniendo en cuenta sus ingresos) suficiente para demandar un determinado producto al precio que está en el mercado.

2.2.2.1.1 Formas de turismo por el lado de la demanda

Por el lado de la demanda las formas de turismo que se encuentran son las expresadas en la siguiente figura:



Fuente: (Gómez B & López P, 2002)

Así, el lugar de origen de los turistas y el destino elegido por ellos permiten distinguir entre:



Fuente: (Gómez B & López P, 2002)

Elaborado por: La autora

2.2.2.1.2 Factores que condicionan la demanda de productos turísticos

- Entorno económico: El nivel de vida de la población condiciona la demanda de productos turísticos. Además, el carácter fluctuante del ciclo turístico y su marcada estacionalidad añade factores de incertidumbre en la determinación de las características de la demanda turística. Todo ello hace muy difícil encontrar una demanda homogénea.
- Características psicológicas y sociológicas de la población: El éxito de una determinada oferta turística, ya sea de un establecimiento propio del sector o de un territorio, se encuentra muy influenciado por las preferencias de los consumidores. Sin embargo, el principal problema que deben resolver los empresarios es la determinación de los rasgos psicológicos de los consumidores a los que se dirige su servicio. Entre las características psicológicas y sociológicas se encuentran el tiempo disponible para el ocio del consumidor, los hábitos y costumbres vacacionales, las creencias religiosas aspectos demográficos y poblacionales.
- Características de la competencia: La amplitud del mercado turístico y la gran variedad de empresas da lugar a que el consumidor tenga que elegir entre numerosas ofertas atractivas antes de optar por acudir a un determinado destino. Esta circunstancia sitúa a las empresas del sector en una situación de gran competitividad, ya que deben buscar la diferenciación a través de la calidad de los servicios que ofrecen.
- Factores del entorno más inmediato en el que opera la empresa: El cuarto tipo de condicionantes que inciden en la demanda de los productos turísticos, deriva de aquellos aspectos que no son controlables por la empresa y que, en muchas ocasiones, son imprevisibles. Se trata de aspectos tales como la existencia de guerra o catástrofes, las alteraciones en la infraestructura o equipamiento etc.

2.2.2.2 OFERTA TURÍSTICA

(Quesada R, 2010) Aporta que:

La oferta turística es fundamental para un destino ya que es lo que un turista siempre busca al elegir un destino, qué es lo que hay para hacer, en dónde puede

pasar la noche, cuáles son las opciones para comer que el lugar ofrece, cómo llegará al lugar, las precauciones que debe tomar.

La (OMT, 2016) define a la oferta turística como el “conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”.

“Es necesario identificar los tipos de oferta existentes. Referente a este punto”, (Quesada R, 2010) menciona que existen dos tipos de oferta:

- La oferta turística básica: Compuesta por aquellos bienes y servicios que tienen carácter exclusivamente turístico. Ejemplos de ella son el alojamiento, agencias de viajes o cruceros.
- La oferta turística complementaria: Compuesta por aquellos bienes que no son exclusivos del turismo, pero que aun así son demandados por los turistas y complementan el producto turístico final. Los deportes, el comercio o carreteras son ejemplos de este tipo de oferta.

2.2.2.2.1 Aspectos de la oferta turística

Según (Gómez B & López P, 2002) los aspectos a considerar son:

- Los recursos de los que dispone el mercado ya sea porque los proporcionan la competencia, ya sea porque los determina el entorno en el que se está desarrollando el mercado de nuestros productos. Así, la existencia de una predisposición al consumo favorecida por unas expectativas económicas favorables constituye una característica derivada del mercado que incidirá positivamente en nuestra oferta.
- El conjunto de infraestructuras y servicios propios de la zona o región en la que desarrollamos nuestra actividad ejerce un impacto importante en la calidad del servicio, ya que afecta directamente a la demanda de nuestros

servicios. Por ejemplo, la construcción de una amplia zona ajardinada en los alrededores de nuestro hotel provocará un efecto favorable en la calidad nuestra oferta que, a partir de ese momento, tendrá un valor añadido. Sin embargo, esta mejora no ha sido el resultado de una decisión de marketing.

- La certeza, con esta expresión se hace referencia a la seguridad que tiene el cliente o consumidor de que el producto o servicio que se le está ofreciendo lo va a recibir en su momento en las condiciones previamente fijadas.

El equilibrio oferta- demanda se produce en el momento en que tanto consumidores como empresas se encuentra satisfechos en su consumo. La situación de equilibrio determina el precio del producto que se intercambia.

2.2.2.2.2 Componentes de la oferta turística

(Hotelería y Turismo, 2008) Menciona los siguientes componentes:

- Atractivos turísticos: Compuesto por la oferta principal (recursos naturales y artificiales, así como las actividades que se pueden realizar) y complementaria (todos los demás recursos y actividades que no se relacionan directamente con el turismo).
- Servicios y equipamiento: Empresas turísticas, entre las que se encuentran: Alojamiento, guías de turistas, clubes, bares, discotecas, restaurantes, bancos, tour operadores, agencia de viaje y transportes.
- Industrias y sectores proveedores: Compuesto por todas aquellas industrias y/o empresas que proveen de sus productos y servicios tanto a empresas turísticas como al turista: alimentos, agua y hielo, productos de piel, servicios, comercio, productos institucionales, construcción, artesanía, textil confección y bebidas
- Infraestructura de apoyo al sector turismo: Referida a las instalaciones y elementos:

Físicas: Aeropuertos, carreteras, telecomunicaciones, agua potable, alcantarillado, electricidad, señalización, centros de información y centros médicos.

Comercial: Centros comerciales, plazas turísticas, mercados de artesanías, ferias y exposiciones y eventos comerciales.

Recursos humanos: Universidades, escuelas de turismo, escuelas de idiomas, centros de capacitación, disponibilidad de recursos humanos y disponibilidad de guías de turistas.

Recursos financieros: inversión pública y privada, fondos turísticos y de financiamiento sectorial, así como los programas financieros federales y estatales.

2.2.2.3 PRECIO

(Nicolau J, 2012) Menciona en su informe que:

La fijación de los precios en el sector turístico reviste especial complejidad debido a la variabilidad en la composición de los productos, al alto grado de competencia existente, y a las dificultades de predecir los flujos de visitantes. Además, dado el carácter hedonista que subyace en muchas ocasiones en el consumo de productos turísticos, los precios elevados no siempre actúan como detractores de la demanda, adquiriendo mayor trascendencia el concepto “valor por el dinero pagado” (value for money), por el que se compara la cantidad abonada con la calidad de las instalaciones y los servicios recibidos.

Por otra parte, como consecuencia de la propiedad de agregabilidad del producto turístico, el precio representa una variable multidimensional en la medida que existen diversos componentes con precios específicos, como el coste del alojamiento, coste de transporte, costes de restauración, precios de entrada a determinadas atracciones, etc.

(Erossa.V, 2010)

Desde un punto de vista estrictamente económico, el precio se puede definir como la cantidad de dinero que se precisa para adquirir una determinada cantidad de un bien o servicio. El precio se concibe así como la relación formal que indica el sacrificio monetario que el consumidor debe realizar para conseguir del vendedor una cierta cantidad de producto.

2.2.2.3.1 Factores que influyen en la fijación de los precios en el sector turístico

(Nicolau J, 2012) En su informe titulado El precio de los productos turísticos menciona:

A pesar de la rapidez y flexibilidad con que se puede actuar sobre el precio, su fijación no es arbitraria. De hecho, existen una serie de factores condicionantes que actúan como restricciones y limitan la libertad de actuación de la empresa. Estos factores pueden agruparse en tres categorías: factores propios de los productos turísticos, factores internos y externos.

- **Factores propios de los productos turísticos.**-Existen diversos factores específicos del turismo que influyen en la fijación de los precios de los productos turísticos:
 - a) La intangibilidad de los productos turísticos conlleva mayor complejidad (normalmente es más sencillo asignar la cantidad de mano de obra, materias primas, energía, etc., correspondiente a una unidad de un bien físico que a un servicio);
 - b) La caducidad de los servicios hace que sea imposible su almacenamiento, lo que implica que una unidad no vendida para el momento programado representa ingresos potenciales perdidos;
 - c) El elevado ratio entre costes fijos y costes variables de la mayoría, de empresas turísticas hace que los costes variables asignados a una unidad de producto vendida sean prácticamente irrelevantes;
 - d) La demanda turística presenta importantes fluctuaciones en función de la época del año, del día de la semana o incluso del momento del día;
 - e) Capacidad fija; y
 - f) Existencia de largos períodos entre la fijación del precio a un producto o servicio y su venta efectiva.

- **Factores internos a la empresa turística.-** Los factores internos que se deben considerar al fijar el precio son los objetivos de marketing, el programa de marketing-mix y los costes empresariales.
 - a) Objetivos de marketing. La fijación del precio de venta de un producto debe fundamentarse en la estrategia de marketing de la empresa y, por tanto, depende de la determinación de los objetivos de marketing. De hecho, cuanto más segura es una empresa respecto a sus objetivos, más fácil es fijar el precio. En consecuencia, uno de los objetivos de marketing a largo plazo que influye en mayor medida en la fijación de los precios es el posicionamiento deseado para el producto y la imagen que se pretenda transmitir del mismo, y por ende, el mercado objetivo al que se dirige.
 - b) Estrategias del Marketing-Mix. El precio debe estar coordinado con el diseño del producto, la distribución y las decisiones de promoción, para formar un programa de marketing coherente y eficaz.
 - c) Los costes. Con la finalidad de fijar los precios, se debe de observar los costes, que representan el nivel mínimo para el precio de venta.

- **Factores externos a la empresa turística.-** Los factores externos a la empresa que deben ser considerados a la hora de fijar los precios de venta son la demanda, la competencia y el marco legal.
 - a) La demanda. Cada precio que la empresa fije tiene un nivel de demanda correspondiente y esta relación viene dada por la “función de demanda” que muestra el número de unidades que el mercado comprará en un determinado periodo de tiempo a los distintos precios alternativos que podrían fijarse durante dicho período. Por tanto, si los costes determinaban el precio mínimo, la función de demanda indica el nivel máximo para la fijación del precio. Lo más frecuente es que la demanda y el precio estén inversamente relacionados, pero puede suceder que en el caso de los bienes de lujo, la curva de la demanda presente pendiente positiva (es decir, que están directamente relacionados), porque los consumidores interpretan un precio más alto como una mejor calidad. En este contexto, un concepto importante que tiene aplicación es la elasticidad demanda-precio, que indica cómo responde la demanda ante un cambio en el precio, y que en el sector

turístico depende del valor único de un destino, del desconocimiento de un producto sustitutivo, del efecto de la inversión hundida.

- b) La competencia. Si los costes representan el umbral mínimo y la demanda el máximo para la fijación de precios, los precios de los competidores orientan a la empresa en esta tarea. De hecho, la presencia y actuación de la competencia condiciona en gran medida las decisiones en materia de precios.
- c) El marco legal. El marco legal regula los límites dentro de los cuales deben moverse los precios de los productos ofrecidos por la empresa. El responsable de la fijación de precios debe tener en cuenta la normativa que pueda afectar a su producto y que, sin duda, va a restringir su campo de elección.

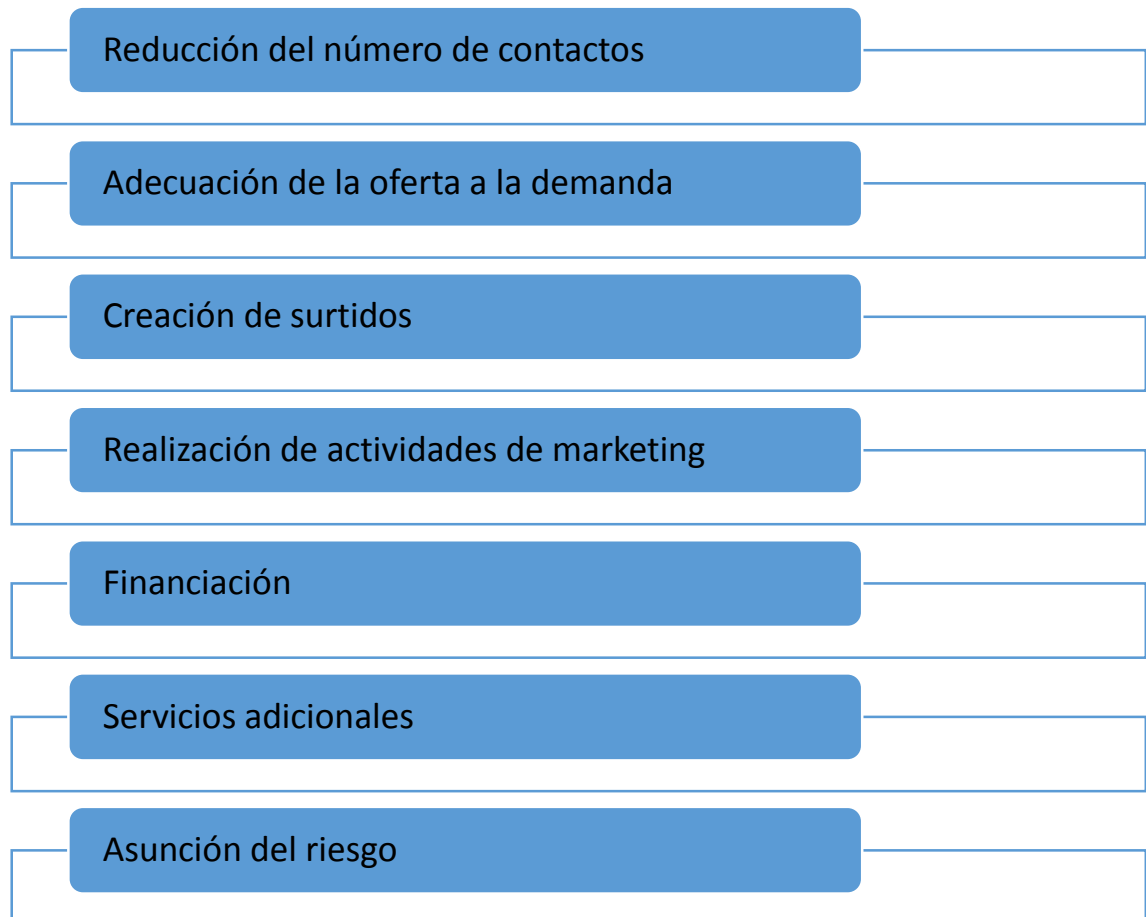
2.2.2.4 Distribuciones

“La distribución vincula la producción y el consumo, cuyo objeto es poner el producto a disposición del consumidor final en la cantidad demandada, en el momento en que lo necesita, y en el lugar donde desea adquirirlo”. (Gómez B & López P, 2002)

“La distribución aporta una utilidad de tiempo, lugar, estado y posesión. La distribución requiere generalmente una colaboración externa a la empresa. En este sentido, los intermediarios son las personas o entidad que llevan a cabo las actividades necesarias para distribuir el producto. La estructura formada por estos intermediarios constituye el canal de distribución”. (Quesada R, 2010)

2.2.2.4.1 Funciones de los intermediarios

Las principales funciones de los intermediarios son las siguientes:



Elaborado por: La autora
Fuente: (Quesada R, 2010)

2.2.2.4.2 Tipos de intermediarios en el sector turístico

Para (Nicolau J, 2012) los intermediarios se clasifican en:



Elaborado por: La autora

Agencia de viajes:

Agencias de viajes minoristas: Son aquellas que comercializan los productos de las agencias mayoristas, vendiéndolos directamente al usuario, o bien elaboran y venden sus propios paquetes turísticos. No obstante estos últimos no se pueden comercializar a través de otras agencias.

Mayoristas-minoristas (o mixtas): Son aquellas que pueden simultanear las actividades de los dos grupos anteriores.

Sistemas centralizados de reservas: GDS Los GDS (Global Distribution Systems) son sistemas de información que permiten el acceso a extensas bases de datos de prestatarios de servicios turísticos desde una extensa red de usuarios profesionales de la

venta minorista. Los tres GDS principales son: Sabre, Amadeus y Travelport (que integra a los tradicionales GDS Galileo y Worldspan)

Otros intermediarios turísticos: Cabe distinguir entre los mayoristas, como los brokers turísticos, y los mixtos como representantes hoteleros y agentes comerciales.

Las centrales de reservas: Las centrales de reservas conectan los prestatarios turísticos con los GDS, establecen un canal alternativo de distribución, asumiendo un papel de representante de hoteles, y también realizan actividades de promoción y publicidad.

2.2.3 Estudio técnico

Para (Erossa.V, 2010)

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita.

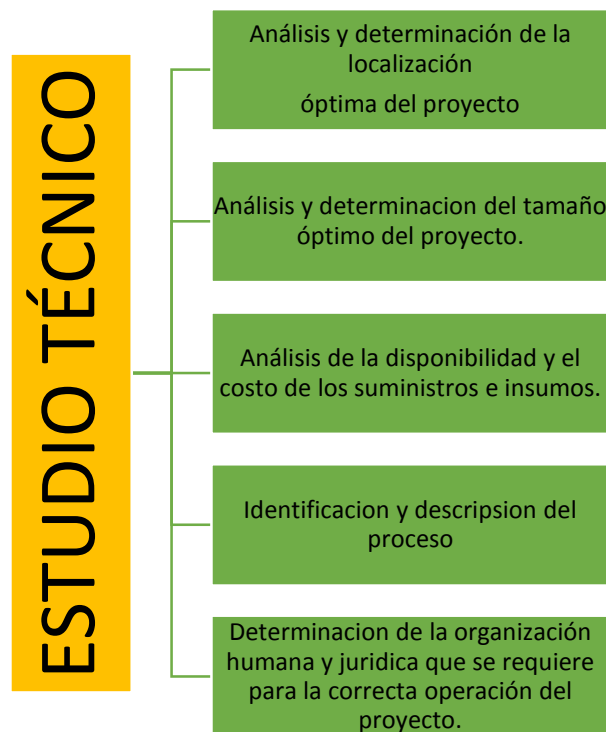
El estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal. (Fernandez, 2010)

Los aspectos que se relacionan con la ingeniería del proyecto son probablemente los que tienen mayor incidencia sobre la magnitud de los costos y las inversiones que deberán efectuarse a la hora de implementar un proyecto.

“En el análisis de la viabilidad financiera de un proyecto, el estudio técnico cumple la función de proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes”. (ILPES, 2010).

2.2.3.1 Componentes del estudio técnico

“A continuación se detalla la estructura básica de la que está compuesto un estudio técnico” según (Fernandez, 2010):



A continuación se da una descripción breve de los componentes del estudio técnico mencionados por (Fernandez, 2010):

2.2.3.2. Localización del proyecto:

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre capital o a obtener el costo unitario

mínimo. El objetivo general de este punto es, llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta. En la localización óptima del proyecto se encuentran dos aspectos: la Macro localización (ubicación del mercado de consumo; las fuentes de materias primas y la mano de obra disponible) y la Micro localización (cercanía con el mercado consumidor, infraestructura y servicios).

2.2.3.3 Determinación del tamaño óptimo de la planta

Se refiere a la capacidad instalada del proyecto, y se expresa en unidades de producción por año. Existen otros indicadores indirectos, como el monto de la inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra o algún otro de sus efectos sobre la economía.

Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.

2.2.3.4 Ingeniería del proyecto

Su objetivo es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, adquisición del equipo y la maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva. En síntesis, resuelve todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta.

2.2.3.5 Determinación de la organización humana y jurídica

Una vez que el investigador haya hecho la elección más conveniente sobre la estructura de organización inicial, procederá a elaborar un organigrama de jerarquización vertical simple, para mostrar cómo quedarán, a su juicio, los puestos y jerarquías dentro de la empresa. Además la empresa, en caso de no estar constituida legalmente, deberá conformarse de acuerdo al interés de los socios, respetando el marco legal vigente en sus diferentes índoles: fiscal, sanitario, civil, ambiental, social, laboral y municipal.

Por su parte, (Guzmán. F.;, 2010)Detallan la estructura del estudio técnico en la evaluación de proyectos de la siguiente manera:

1. Proceso de producción: el proceso de producción se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en productos mediante la participación de una determinada tecnología (combinación óptima de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación, entre otros.)

Se define también como un conjunto secuencial de operaciones unitarias aplicadas a la transformación de materias primas en productos aptos para el consumo, es decir, es el conjunto de equipos que realizan todas las operaciones unitarias necesarias para conseguir dicha transformación.

2. Capacidad de producción: máximo nivel de producción que puede ofrecer una estructura económica determinada: desde una nación hasta una empresa, una máquina o una persona. La capacidad de producción indica qué dimensión debe adoptar la estructura económica, pues si la capacidad es mucho mayor que la producción real estaremos desperdiciando recursos.

Lo ideal es que la estructura permita tener una capacidad productiva flexible (minimizando costos fijos e incrementando los variables), que nos permita adaptarnos a variaciones de los niveles de producción. Esto se puede conseguir con herramientas como la subcontratación

3. Inversiones en equipamiento: por inversión en equipamiento se entenderán todas las inversiones que permitan la operación normal de la planta de la empresa creada por el proyecto. En este caso estamos hablando de maquinaria, herramientas, vehículos, mobiliario y equipos en general.

4. Localización: la actividad industrial se desarrolla habitualmente dentro de una planta industrial. La fase de localización persigue determinar la ubicación más adecuada teniendo en cuenta la situación de los puntos de venta o

mercados de consumidores, puntos de abastecimiento para el suministro de materias primas o productos intermedios, la interacción con otras posibles plantas, etc.

En el caso de una construcción nueva, el sitio puede estar impuesto desde el principio del proyecto (es una constante) o depende de los primeros estudios técnicos (es una variable). En cualquier caso, la elección del sitio debe efectuarse lo más tarde después de la fase de validación del anteproyecto.

5. Distribución de planta: la producción es el resultado de hombres, materiales y maquinaria, que deben constituir un sistema ordenado que permita la maximización de beneficios, pero dicha interacción debe tener un soporte físico donde poder realizarse. La distribución en planta es el fundamento de la industria, determina la eficiencia, y en algunos casos, la supervivencia de una empresa. Así, un equipo costoso, un máximo de ventas y un producto bien diseñado, pueden ser sacrificados por una deficiente distribución de planta.

La distribución en planta implica la ordenación física de los elementos industriales. Esta ordenación, ya practicada o en proyecto, incluye tanto los espacios necesarios para el movimiento del material, almacenamiento, trabajadores, como todas las otras actividades o servicios, incluido mantenimiento.

6. Inversión en obras físicas: en relación con las obras físicas, las inversiones incluyen desde la construcción o remodelación de edificios, oficinas o salas de venta, hasta la construcción de caminos, cercos o estacionamientos.

Para cuantificar estas inversiones es posible utilizar estimaciones aproximadas de costos (por ejemplo, el costo del metro cuadrado de construcción) si el estudio se hace en nivel de perfectibilidad. Sin embargo, en nivel de factibilidad la información debe perfeccionarse mediante estudios

complementarios de ingeniería que permitan una apreciación exacta de las necesidades de recursos financieros en las inversiones del proyecto.

7. Cálculo de costos de producción: se refiere a las erogaciones o gastos en que se incurre para producir un bien o un servicio, en donde se incluyen los siguientes costos:

- Costos directos de producción: materias primas, mano de obra directa.
- Costos indirectos: depreciación, mano de obra indirecta, insumos o materiales menores.

2.2.4 Estudio económico- financiero

“Es el proceso en el desarrollo de un plan de negocio donde el emprendedor determina si el proyecto es rentable, es decir que el dinero invertido le va a entregar un rendimiento esperado”. (Guzman, 2010)

Para (Fernandez, 2010) antes de poner en marcha un negocio es importante conocer la rentabilidad del mismo, esto se identifica en el estudio económico, que resume la información procesada en los estudios anteriores y determina cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto.

Es así como el estudio de mercado nos entrega los ingresos, es decir el pronóstico de ventas.

El estudio técnico, administrativo, legal y ambiental proporcionan los egresos en forma de inversiones, costos y gastos. Los ingresos versus egresos sirven como base para los estados financieros cuyo conjunto dará el flujo neto de caja, este es el objetivo del estudio económico el cual permitirá conocer cuan rentable es su oportunidad de negocio.

Para comprender cómo se desarrolla el estudio económico es necesario entender los siguientes conceptos:

2.2.4.1 Ingresos y egresos

Se denomina ingreso a toda entrada de dinero por ventas o por cualquier otro concepto, mientras que los egresos son los desembolsos o salidas de dinero que están representados en las inversiones, los costos y los gastos necesarios para desarrollar las actividades comerciales de la empresa.

2.2.4.2 Inversión

La mayor parte de las inversiones se hacen antes de iniciar el negocio, sin embargo algunas las puede realizar en el periodo de funcionamiento u operación.

INVERSIONES		
Fijas: son aquellas que se realizan en bienes tangibles, estos bienes no son para comercializarse porque se constituyen en la razón de ser de la empresa y se adquieren para utilizarse durante su vida útil. Ejemplos: terrenos, maquinaria y equipos, vehículos, herramientas, muebles.	Diferidas: son aquellas que se realizan sobre la compra de servicios o derechos legales que son obligatorios para la puesta en marcha de la empresa. Ejemplos: cámara de comercio, investigación de mercados, gastos de montaje, tramitación de créditos, instalación y puesta en marcha.	Capital de trabajo: es una inversión inicial con la que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa, es decir para trabajar. Ejemplos: el dinero disponible en caja o bancos, el bango de los inventarios necesarios en materia prima, materiales, productos en proceso y productos terminados, el tamaño de la cartera o cuentas por cobrar y otros activos corrientes.

2.2.4.3 Gastos

Es el dinero que el empresario dispone para pagar lo que se requiere indirectamente en la fabricación y comercialización de los productos. Los gastos no se recuperan, Ejemplo:

- Mano de obra indirecta: supervisores, aseadores, celadores.
- Gastos por servicios: luz, agua, gas, comunicaciones.
- Gastos por mantenimiento, seguros e impuestos.

2.2.4.4 Costos

Es el dinero que el empresario dispone para pagar lo que se requiere directamente en la fabricación del producto, el cual se recupera cuando el producto se vende:

Gráfico 3: Tipos de costos

COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
<ul style="list-style-type: none"> • CF, son aquellos costos que permanecen constantes para cualquier nivel de producción. Su magnitud no depende del volumen total de la producción, ni del nivel de utilización de un determinado proceso o servicio. Entre estos se incluyen: depreciación de la maquinaria, valor de arrendamiento de la tierra, bodegas, o instalaciones, intereses sobre las inversiones en equipos, seguros, intereses, servicios, entre otros. 	<ul style="list-style-type: none"> • CV, son aquellos que se modifican no necesariamente en forma proporcional en el volumen de producción o con el nivel de utilización del proceso o servicio, si la producción no se realiza, estos costos se eliminarán. Ejemplo: semillas, abonos, sales mineralizadas, materia prima, mano de obra, insumos, alquiler de maquinaria, entre otros.

2.2.5 Evaluación financiera

Para (Vélez, 2010) la evaluación es lo siguiente:

Es una apreciación valorativa sobre la conveniencia de asignar recursos a cierto uso. Esa apreciación se basará en un conjunto de métodos que tienen por finalidad dar racionalidad económica a las decisiones en materia de inversión.

“Tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable”. (Guzman, 2010)
Para (Orjuela, Sandoval, & Sapag, 2010).

Se realiza en proyectos privados, juzga el proyecto desde la perspectiva del objetivo de generar rentabilidad financiera y juzga el flujo de fondos generado por el proyecto. Esta evaluación es pertinente para determinar la llamada Capacidad Financiera del Proyecto y la rentabilidad de Capital propio invertido en el proyecto.

La información de la evaluación financiera debe cumplirse en tres funciones:

- Determinar hasta donde todos los costos pueden ser cubiertos oportunamente, de tal manera que contribuya a diseñar el plan de financiamiento
- Mide la rentabilidad de la inversión

$$\text{Rentabilidad de la Inversión} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio Neto}}$$

- Genera la información necesaria para hacer una comparación del proyecto con otras alternativas o con otras oportunidades de inversión.

(Vélez, 2010) “Comenta que en la evaluación financiera se trabajan los flujos de ingresos y egresos con precios vigentes de mercado. Típicamente toma, como criterio de selección el valor presente neto o la tasa interna de retorno”.

La evaluación financiera, analiza el proyecto desde su retorno financiera, se enfoca en el análisis del grado en que el proyecto cumple sus objetivos de generar un retorno a los diferentes actores que participan en su ejecución o financiamiento.

La evaluación financiera varía según la entidad interesada. Se puede realizar la evaluación de un solo proyecto, o alternativas, desde varios puntos de vista.

- Punto de vista de los beneficiarios
- Punto de vista de la entidad o entidades ejecutoras

- Punto de vista de entidades financiadoras
- Punto de vista del Gobierno
- Punto de vista de la economía o la sociedad.

2.2.5.1 Indicadores de la evaluación financiera

Método de evaluación de los proyectos de inversión VAN:

(Guzman, 2010) Menciona que:

En este método se obtiene el valor presente de los flujos netos de efectivo que se esperan de una inversión, descontados al costo de capital, y se resta el costo inicial de desembolso del proyecto. Si el valor presente neto es positivo, el proyecto debe ser positivo de lo contrario debe rechazarse.

Ventajas:

- No le importa el signo de los flujos de efectivo (positivo o negativo)

Método de la tasa interna de retorno o TIR:

(Guzmán. F.;, 2010) Menciona que: “es la tasa de interés que igual al valor presente de los flujos de efectivo esperados para el futuro, o ingresos, con el costo inicial del desembolso”.

Para evaluar el proyecto, se debe comparar la TIR del proyecto con la tasa del costo de capital. Si la TIR es mayor que la tasa del costo de capital, se acepta el proyecto, sino es así, se rechaza.

Para evaluar el proyecto, se debe comparar la TIR del proyecto con la tasa del costo de capital. Si la TIR es mayor que la tasa del costo de capital, se acepta el proyecto, sino es así, se rechaza.

Ventajas:

- Considera el valor del dinero a través del tiempo

Desventajas:

- No funciona si existen flujos de efectivo negativos en el proyecto.
- Las variaciones que sufre la TIR año con año.

Relación Beneficio/Costo: Cociente entre los flujos de fondos actualizados a la tasa de retorno requerida y el valor actual de la inversión. (Fernandez, 2010)

El análisis de costo-beneficio es una técnica importante dentro del ámbito de la teoría de la decisión. Pretende determinar la conveniencia de un proyecto mediante la enumeración y valoración posterior en términos monetarios de todos los costes y beneficios derivados directa e indirectamente de dicho proyecto. Este método se aplica a obras sociales, proyectos colectivos o individuales, empresas privadas, planes de negocios, etc., prestando atención a la importancia y cuantificación de sus consecuencias sociales y/o económicas.

Se utiliza el análisis Costo-Beneficio, la medida de la contribución de un proyecto se establece, en términos de beneficio, que cualquiera puede acumular en algún momento y el costo en el cual se incurrirá. Un proyecto se puede justificar únicamente si los costos son menores a los beneficios, es decir, si la relación beneficio-costo es mayor a 1. (Fernandez, 2010).

2.2.6 Turismo

Según la (Ley del turismo, 2010) menciona:

Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

El turismo es un sector y actividad importante para el Ecuador y para el mundo en general, ya que influye en el estilo de vida tanto del turista como de la persona que ofrece el servicio, mejora la calidad de vida debido a un mejor manejo a los atractivos naturales y la conservación del medio ambiente.

Para la (OMT, 2016) El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denomina visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo. Este enfoque es muy recomendable con miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales, así como de acuerdos internacionales u otros procesos en materia de turismo.

2.2.6.1 Principios de la actividad turística

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,

- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos. (Ley del turismo, 2010)

2.2.6.2 Las actividades turísticas y quienes la ejercen

(Ley del turismo, 2010)

Considera actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte.
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables

2.2.6.3 Análisis económico del turismo

Según la (OMT, 2016) en su análisis económico menciona:

El turismo, genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados (y más allá de los mismos), fundamentalmente debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y prestarse. En el análisis económico del turismo, se debe distinguir entre la ‘contribución económica del

turismo que se refiere al efecto directo del turismo y que se puede medir mediante la CST (Cuenta satélite de turismo), y el 'impacto económico' del turismo de, que es un concepto mucho más amplio que encapsula los efectos directos, indirectos e inducidos del turismo y que debe ser estimado mediante la aplicación de modelos.

La finalidad de los estudios de las repercusiones económicas es estimar los beneficios económicos, a saber, el incremento neto de la riqueza de los residentes dimanante del turismo, medido en términos monetarios, en relación con los niveles que prevalecerían en ausencia de esta actividad.

2.2.6.4 Clases de Turismo

Podemos hacer muchas clasificaciones (cada autor propone las suyas), pero sólo nos fijaremos en las más utilizadas:

a) Según el sentido del viaje podemos hablar de

- Turismo emisor : es el que realizan los residentes de un país cuando salen fuera de él (outbound)
- Turismo receptor: es el que realizan los no residentes en un país cuando llegan a él (inbound, incoming)
- Turismo interno: es el que realizan los residente de un país cuando viajan dentro de él (domestic)

Estos tres tipos pueden combinarse entre sí y nos dan tres tipos más: la suma de turismo emisor más el turismo receptor constituye el turismo internacional. . La suma del turismo emisor y el interno nos da el nacional. Y la suma de turismo receptor e interno nos da el turismo interior (internal).

b) Otras clasificaciones

- ✓ por la actitud del viajero: turismo activo o pasivo

- ✓ por el tiempo empleado para el desplazamiento o la estancia: turismo de estancias o residencial y turismo itinerante
- ✓ Por la renta del viajero: de élite; de masas, y social
- ✓ Por el motivo: religioso, sol y playa, negocios, etc

2.3 IDEA A DEFENDER

Estudio de factibilidad para la construcción de cabañas turísticas ecológicas en la comunidad de Angas con el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Huigra 2015.

2.4 VARIABLES

2.4.1 Variable Independiente

Estudio de factibilidad

2.4.2 Variable Dependiente

Construcción de cabañas turísticas ecológicas en la comunidad de Angas

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación es de enfoque mixto, el mismo se basa y se fundamenta en métodos cuantitativos y cualitativos.

Este tipo de diseños permiten, combinar paradigmas, para optar por mejores oportunidades de acercarse a importantes problemáticas de investigación.

Esta investigación se aplica ya que fortalecerá en este trabajo de titulación permitiendo incorporar datos como imágenes, narraciones o verbalizaciones de los actores, que de una u otra manera, ofrezcan mayor sentido a los datos numéricos.

Igualmente permitirá la obtención de una mejor evidencia y comprensión de los fenómenos y, por ello, facilitan el fortalecimiento de los conocimientos teóricos y prácticos.

3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

- **La investigación documental bibliográfica:** consiste en una descripción cuidadosa y ordenada del conocimiento publicado, seguido de una interpretación. En este tipo de investigación, se estudian los problemas con el propósito de ampliar y profundar el conocimiento de su naturaleza, con apoyo, principalmente de trabajos previos, información y datos divulgados por medios impresos, audiovisuales o electrónicos. La originalidad del estudio se refleja en el enfoque, criterios, conceptualizaciones, reflexiones, conclusiones, recomendaciones y, en general, con el pensamiento del autor.
- **Descriptiva.-** porque está dirigida a determinar como es y cómo está la situación de las variables de la investigación.

- **La investigación correlacional:** es aquel tipo de estudio que persigue medir el grado de relación existente entre dos o más conceptos o variables.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

El universo que se utilizó en la zona de estudio son los datos obtenidos por la Empresa de Ferrocarriles, acerca de los turistas nacionales y extranjeros que visitaron la Nariz del Diablo en el año 2010.

Gráfico 4: Registro de ingreso de turistas a la Nariz del diablo

TURISTAS QUE VISITARON LA NARIZ DEL DIABLO	No. TURISTAS
TURISTAS NACIONALES	3605,630
TURISTAS EXTRANJEROS	7636,245
TOTAL UNIVERSO	11243

Fuente: (Maldonado, Aguirre, & Quevedo, 2012)

❖ Muestra turistas nacionales

Muestra:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

En donde:

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza 95%

P= Probabilidad a favor 50%

Q= Probabilidad en contra 50%

N= Población o Universo

e= Nivel de error 5%

$$n = \frac{(0,95^2)(0,50 * 0,50 * 3605)}{(0,95^2)(0,50 * 0,50) + 3605(0,05)^2}$$

$$= \frac{813}{9,24} = 88 \text{ encuestas.}$$

El número de encuestas a realizar será de 88 encuestas a los turistas nacionales.

❖ Muestra turistas internacionales

Muestra:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

En donde:

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza 95%

P= Probabilidad a favor 50%

Q= Probabilidad en contra 50%

N= Población o Universo

e= Nivel de error 5%

$$n = \frac{(0,95^2)(0,50 * 0,50 * 7636)}{(0,95^2)(0,50 * 0,50) + 7636(0,05)^2}$$

$$= \frac{1722}{19,31} = 89 \text{ encuestas.}$$

El número de encuestas a realizar será de 89 encuestas a los turistas extranjeros.

3.4 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.4.1 Métodos de investigación

Método analítico- sintético:

Una comprensión adecuada de los métodos exige como en este caso asumir los dos aspectos de manera simultánea o integral por cuanto existe correspondencia en empezar a detallar los elementos de un fenómeno (análisis) con la reconversión como suma de las partes o totalidades se considera como el anverso y reverso de una moneda en la que necesariamente para que exista una debe existir la otra porque de lo contrario se pierde la originalidad del método. La síntesis es un esfuerzo psicológico mayor que requiere resumir, concentrar y por lo tanto abstraer de esas partes los elementos comunes que le permita expresar en una sola categoría o expresión lingüística. Es la capacidad de síntesis la que pone a prueba todo el razonamiento lógico que el investigador debe desarrollar para educar sus propios pensamientos.

Método Inductivo: Es el proceso que va de lo particular, específico hacia lo más general o universal también significa, de lo más simple a lo más complejo.

En el presente proyecto investigativo se parte de la inexistencia de servicios de hospedaje y recreación en la Comunidad Angas de la Parroquia Huigra lo que ocasiona falta de ingresos económicos para los habitantes del sector.

Método Deductivo: Es el fenómeno universo por el cual se parte de lo general o universal para llegar a lo más específico pero de una manera lógica que tiene en cuenta la secuencia y el orden para ir desmenuzando sus diferentes elementos.

La falta de ingresos económicos y el desarrollo de la comunidad de Angas mejorarían con la construcción de cabañas turística ecológicas con el apoyo del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Huigra, diseñando un proyecto de factibilidad que permita conocer si es rentable o no su implementación.

3.4.2 Técnicas de investigación

- **Encuesta:** Consiste en obtener información de los sujetos en estudio, proporcionados por ellos mismos, sobre opiniones, conocimientos, actitudes o sugerencias.
- **Entrevista:** Se establece así un diálogo, pero un diálogo peculiar, asimétrico, donde una de las partes busca recoger informaciones y la otra se nos presenta como fuente de estas informaciones.
- **Observación:** La observación es una técnica de observación de hechos durante la cual el analista participa activamente actúa como espectador de las actividades llevadas a cabo por una persona para conocer mejor su sistema.

El propósito de la observación es múltiple, permite al analista determinar que se está haciendo, como se está haciendo, quien lo hace, cuando se lleva a cabo, cuánto tiempo toma, donde se hace y porque se hace.

3.4.3 Instrumentos

- **Cuestionario:** Conjunto de preguntas que serán realizadas a la población en estudio con el fin de obtener respuestas sobre el problema de estudio.
- **Entrevista estructurada:** Se utiliza un formulario estandarizado, identificando preguntas, estas se las efectuará verbalmente.
- **Ficha de Observación:** Documento en el cual se detalla los acontecimientos obtenidos mediante la observación sea directa o indirectamente.

3.5 RESULTADOS

Análisis de las encuestas aplicadas a los posibles clientes tanto nacionales como extranjeros.

1. ¿Conoce usted la comunidad de Angas perteneciente a la Parroquia Huigra y las riquezas naturales que ofrece?

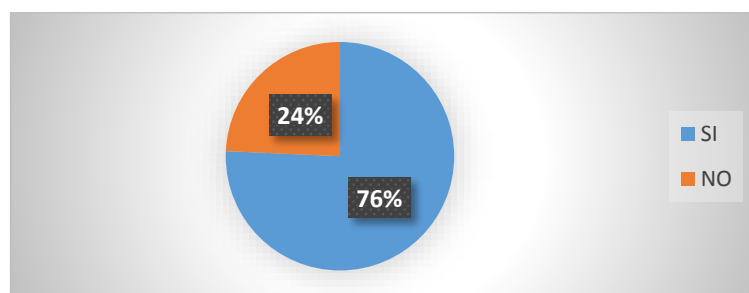
Tabla 1: Conocimiento de la comunidad Angas por parte del turista

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	134	76
NO	43	24
TOTAL	177	100

Elaborado por: Fanny Torres

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales y extranjeros

Gráfico 5: Conocimiento de la comunidad Angas por parte del turista



Elaborado por: Fanny Torres

Fuente: Tabla N°1

ANÁLISIS: El 76% de los encuestados manifiestan que conoce la comunidad Angas mientras que el 24% no la conoce.

INTERPRETACIÓN: La parroquia de Huigra y sus comunidades tiene un gran potencial es poseedor de una vegetación exuberante y con un colorido mágico, más conocida como “La Eterna Primavera”, su clima es cálido. En cuanto a las bellezas naturales que posee están las cascadas de los ríos Angas y Panamá, el río Angas baja desde lo alto de la cordillera formando un impresionante salto, se encuentra a 20 minutos del Centro Histórico de Huigra, entre las actividades que se pueden realizar están caminatas de descenso hasta el lugar donde se puede observar a plenitud y tomar fotografías de la cascada Angas, que se encuentra ubicada a 1 hora del cantón Alausí.

2 ¿Por qué motivo visita esta parroquia y sus sectores aledaños?

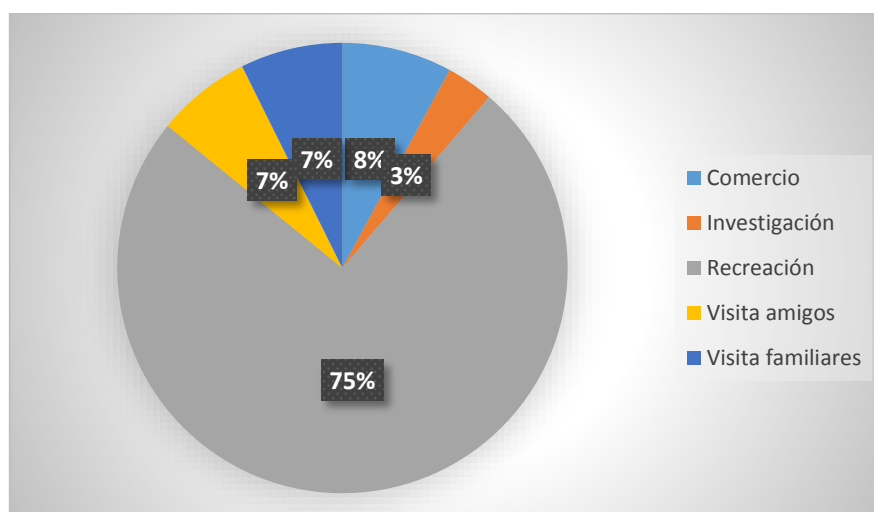
Tabla 2: Motivos de visita a la parroquia Huigra y sus sectores aledaños

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Comercio	14	8
Investigación	6	3
Recreación	132	75
Visita amigos	12	7
Visita familiares	13	7
TOTAL	177	100

Elaborado por: Fanny Torres

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales y extranjeros

Gráfico 6: Motivos de visita a la parroquia Huigra y sus sectores aledaños



Elaborado por: Fanny Torres

Fuente: Tabla n°2

ANÁLISIS: Los encuestados manifiestan que el motivo de su visita a este lugar es el 75% por turismo, el 7% por visita a familiares, el 7% por visita de amigos. El 8% por comercio y el 3% por trabajos de investigación.

INTERPRETACIÓN: Los turistas que llegan cada semana a Huigra en busca de exploración de la belleza natural es lo que encuentran en este bello pueblo. Cada calle, cada casa y cada rincón es un sitio para detenerse y admirar su belleza colonial. Muchas casas son reliquias que conservan su belleza arquitectónica de muchísimos años desde que Huigra nació como Pueblo.

3 ¿Cuándo visita la parroquia Huigra y decide hospedarse lo hace en?

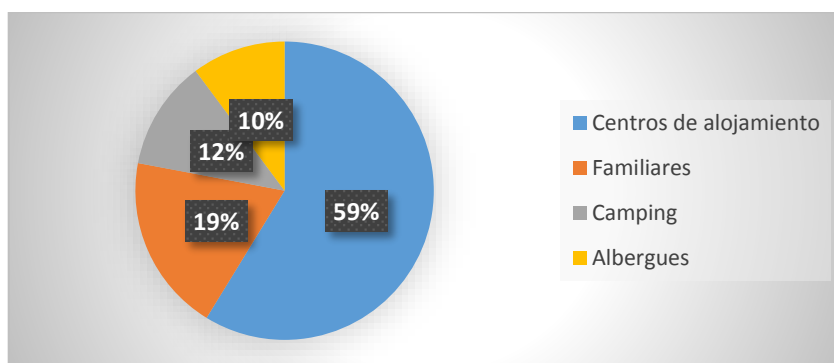
Tabla 3: Hospedaje

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Centros de alojamiento privado	104	59
Familiares	34	19
Camping	21	12
Albergues	18	10
TOTAL	177	100

Elaborado por: Fanny Torres

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales y extranjeros

Gráfico 7: Hospedaje



Elaborado por: Fanny Torres

Fuente: Tabla n°3

ANÁLISIS: El 59% de los encuestados deciden hospedarse en centros de alojamiento como hoteles, hosterías, el 19% lo hacen donde familiares, el 12% van de camping, y el 10% en albergues.

INTERPRETACIÓN: Los turistas prefieren hospedarse en hoteles, hosterías, cabañas ya que brindan servicios complementarios donde el turista disfruta del lugar.

4 ¿Cuándo visita la Parroquia Huigra cuál es su tiempo de estadía?

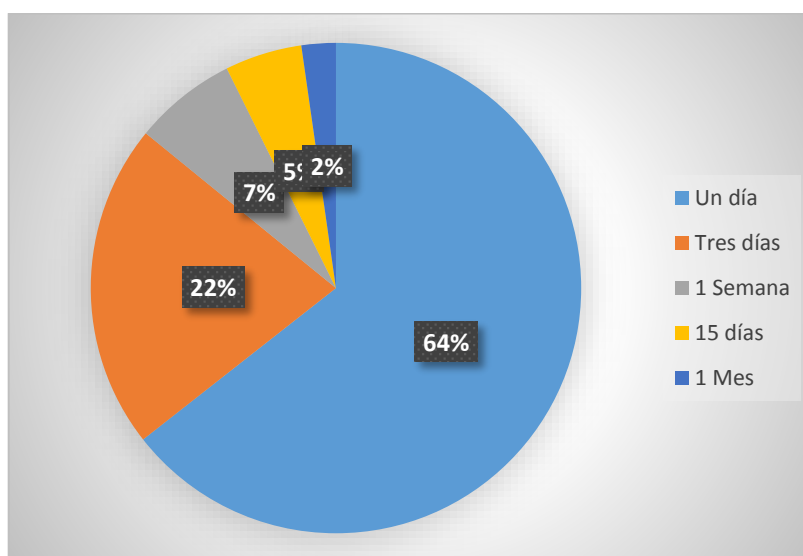
Tabla 4: Tiempo de estadía

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Un día	114	64
Tres días	38	21
1 Semana	12	7
15 días	9	5
1 Mes	4	2
TOTAL	177	100

Elaborado por: Fanny Torres

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales y extranjeros

Gráfico 8: Tiempo de estadía



Elaborado por: Fanny Torres

Fuente: Tabla n° 4

ANÁLISIS: El 64% de los encuestados comentan que cuando viajan a la parroquia permanecen un día, mientras que el 22% mencionan que permanecen 3 días seguido del 7% que lo hace una semana.

INTERPRETACIÓN: El mayor número de encuestados visitan un solo día esta parroquia por lo que no conocen zonas turísticas en el lugar y los que deciden alojamiento lo hacen hasta tres días.

5 ¿Cuándo acude a un sitio turístico que es lo más importante para usted?

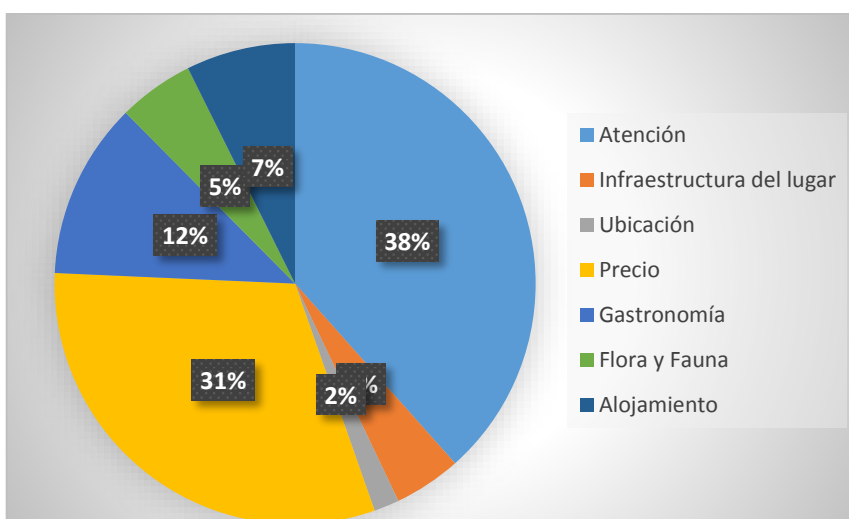
Tabla 5: Aspectos importantes de un sitio turístico

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Atención	68	38
Infraestructura del lugar	8	5
Ubicación	3	2
Precio	55	31
Gastronomía	21	12
Flora y Fauna	9	5
Alojamiento	13	7
TOTAL	177	100

Elaborado por: Fanny Torres

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales y extranjeros

Gráfico 9: Aspectos importantes de un sitio turístico



Elaborado por: Fanny Torres

Fuente: Tabla n° 5

ANÁLISIS: Los encuestados manifiestan que antes de visitar un sitio turístico consideran el 38% la atención brindada, 31% el precio, el 12% que el lugar tenga alojamiento y el 7% la gastronomía.

INTERPRETACIÓN: El mayor número de encuestados manifiesta que cuando decide hospedarse en algún sitio consideran el precio y la atención brindada, estas son características que motivan su visita y permanencia en el lugar.

6 ¿Cuándo usted va a un lugar turístico lo hace con?

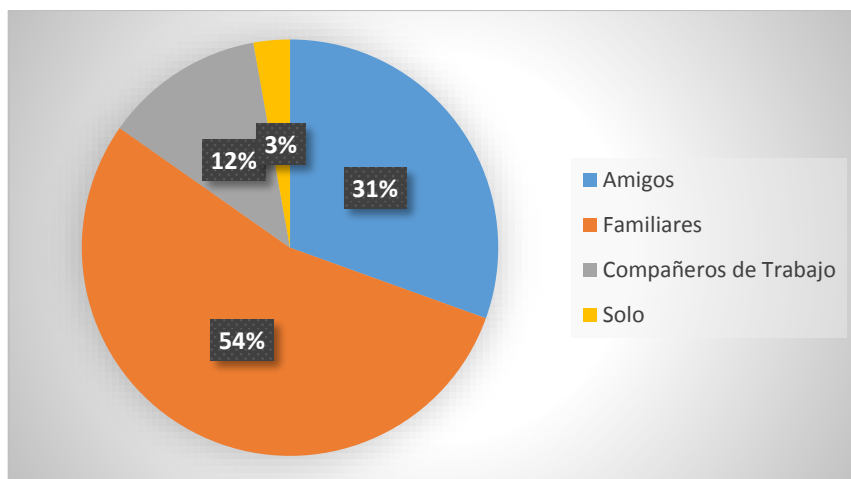
Tabla 6: Con quien visita el lugar turístico

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Amigos	54	31
Familiares	96	54
Pareja	22	12
Solo	5	3
TOTAL	177	100

Elaborado por: Fanny Torres

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales y extranjeros

Gráfico 10: Con quien visita el lugar turístico



Elaborado por: Fanny Torres

Fuente: Tabla n°6

ANÁLISIS: Las personas encuestadas mencionan que cuando visitan un sitio turístico lo hacen acompañado en un 54% por sus familiares, el 31% con sus amigos, 12% con sus compañeros de trabajo y el 3% solos.

INTERPRETACIÓN: Los turistas con frecuencia cuando viajan al Cantón Alausí y sus sectores lo hacen con familiares y amigos.

7 ¿Visitaría usted la Comunidad de Angas perteneciente a la parroquia Huigra al implementarse cabañas turísticas ecológicas en el lugar?

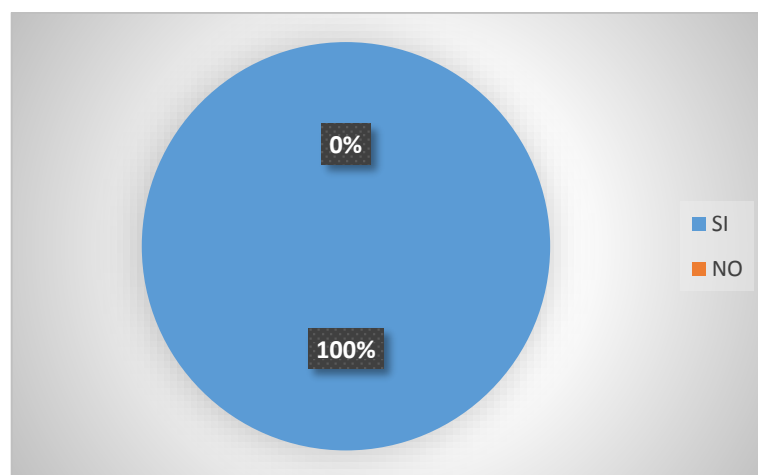
Tabla 7: Aceptación de las cabañas turísticas en la comunidad Angas

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	177	100
NO	0	0
TOTAL	177	100

Elaborado por: Fanny Torres

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales y extranjeros

Gráfico 11: Aceptación de las cabañas turísticas en la comunidad Angas



Elaborado por: Fanny Torres

Fuente: Tabla n°7

ANÁLISIS: El 100% de los encuestados manifiestan que si visitarían las cabañas ecológicas en esta comunidad.

INTERPRETACIÓN: Todos los encuestados manifiestas que visitarían las Cabañas Ecológicas de Angas para conocer y disfrutar la flora y fauna del lugar, acompañada de un buen clima y de nuevas aventuras.

- 8 ¿Le gustaría alojarse en un lugar que tenga contacto con la naturaleza y que el mismo le brinde la posibilidad de realizar actividades recreacionales y deportivas?

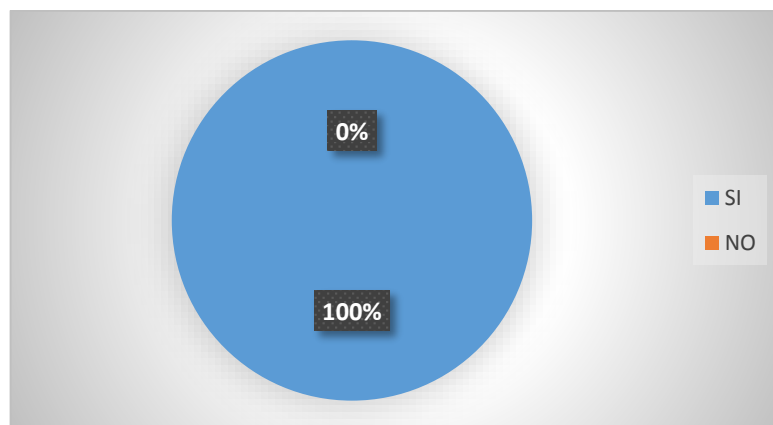
Tabla 8: Preferencia contacto con la naturaleza

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	177	100
NO	0	0
TOTAL	177	100

Elaborado por: Fanny Torres

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales y extranjeros

Gráfico 12: Preferencia contacto con la naturaleza



Elaborado por: Fanny Torres

Fuente: Tabla n° 8

ANÁLISIS: El 100% de los encuestados manifiestan que les gustaría alojarse en algún lugar que tenga contacto directo con la naturaleza.

INTERPRETACION: Los encuestados comentan que estarían gustosos de alojarse en unas cabañas que brinden mayor contacto con la naturaleza transmitiendo paz y tranquilidad.

9 ¿Indique cuál de estas actividades le gustaría que la cabaña turística ecológica brinde?

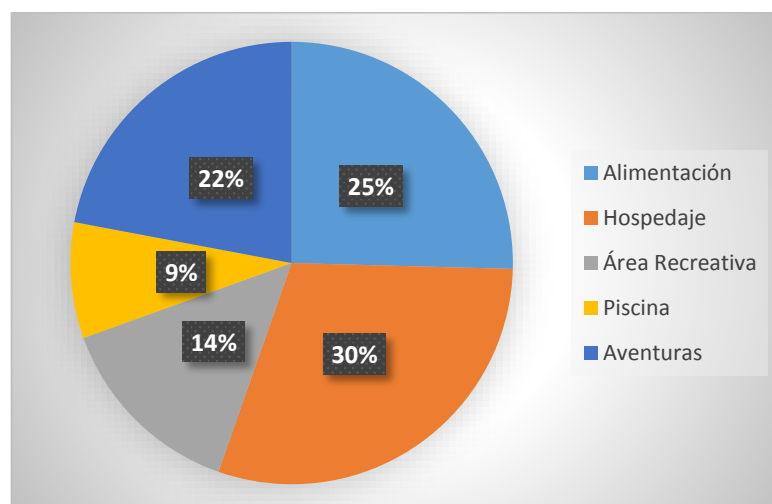
Tabla 9: Servicios que preferiría se brinden en las cabañas

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alimentación	45	25
Hospedaje	53	30
Área Recreativa	25	14
Piscina	15	8
Aventuras	39	22
TOTAL	177	100

Elaborado por: Fanny Torres

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales y extranjeros

Gráfico 13: Servicios que preferiría se brinden en las cabañas



Elaborado por: Fanny Torres

Fuente: Tala n°9

ANÁLISIS: Los encuestados mencionan que la Cabaña debería ofrecer el 30% hospedaje, el 25% alimentación, el 22% aventuras, el 14% área recreativa y el 9% piscina.

INTERPRETACIÓN: Las cabañas deberían enfocarse en servicios de hospedaje, alimentación y aventura, características que interesarían al turista que visita la zona.

10 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la utilización de las cabañas turísticas ecológicas con estas características?

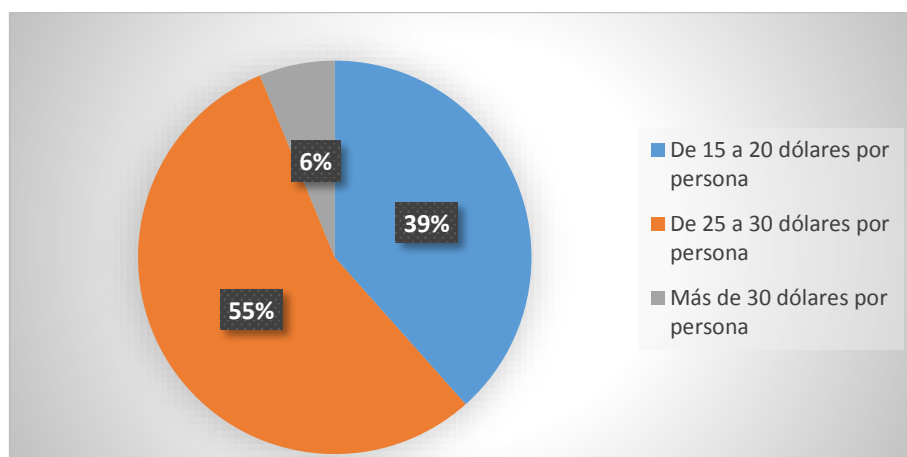
Tabla 10: Precio que pagaría por el servicio de Cabañas

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 15 a 20 dólares por persona	68	38
De 25 a 30 dólares por persona	98	55
Más de 30 dólares por persona	11	6
TOTAL	177	100

Elaborado por: Fanny Torres

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales y extranjeros

Gráfico 14: Precio que pagaría por el servicio de Cabañas



Elaborado por: Fanny Torres

Fuente: Tabla n° 10

ANÁLISIS: El 55% de los encuestados estarían dispuesto a pagar entre 25 - 30 dólares por persona, mientras que el 39% estarías dispuestos a pagar de 15 a 20 dólares y el 6% más de 30 dólares por persona.

INTERPRETACIÓN: Se consideraría un precio aproximado de 15 a 20 dólares por persona la utilización de la Cabaña, tomando en cuenta el precio de la competencia.

11 ¿Considera que la parroquia y sus comunidades cuentan con atractivos turísticos que deben ser explotados?

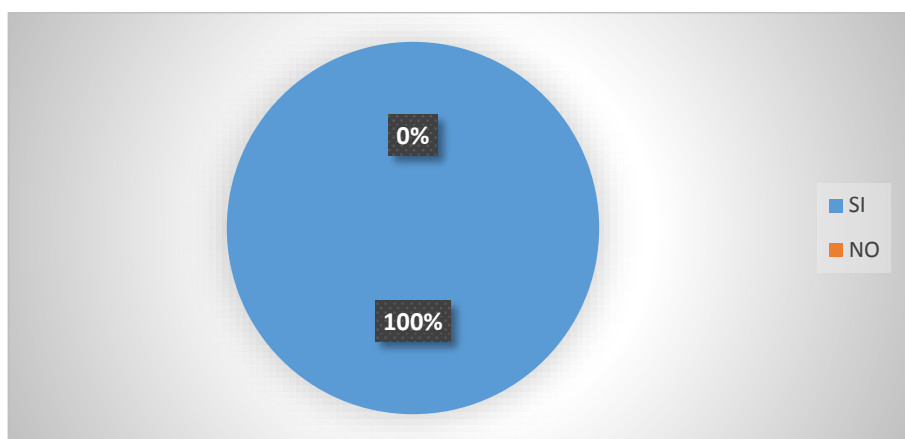
Tabla 11: Atractivos turísticos que deben ser explotados

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	177	100
NO	0	0
TOTAL	177	100

Elaborado por: Fanny Torres

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales y extranjeros

Gráfico 15: Atractivos turísticos que deben ser explotados



Elaborado por: Fanny Torres

Fuente: Encuestas aplicadas a los turistas nacionales y extranjeros

ANÁLISIS: El 100% de los encuestados manifiestan que la parroquia Huigra y sus comunidades deben explotar todas las riquezas naturales que posee y brindar un servicio de calidad a los turistas nacionales y extranjero.

INTERPRETACIÓN: Alausí es un centro de intercambio cultural y comunicación de la sierra con la costa; de allí la importancia que tiene por estar ubicado en un punto estratégico y por ser el mejor centro de operaciones que el turista puede tener para planificar su estadía en Ecuador.

CAPÍTULO IV: PROPUESTA

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CONSTRUCCIÓN DE CABAÑAS TURÍSTICAS ECOLÒGICAS EN LA COMUNIDAD DE ANGAS CON EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE HUIGRA 2015”.



4.1 ESTUDIO DE MERCADO

4.1.1 Análisis de la demanda

Se realizó el cálculo de la demanda potencial de turistas nacional y extranjeros, mediante el método de incremento compuesto, cuya fórmula es $C_n = C_o (1+i)^n$, teniendo en cuenta que el índice de crecimiento turístico es de 10%. (Medina M, 2013)

Tabla 12: Demanda histórica

AÑOS	TURISTAS	75% Viaja por turismo
2010	11243	8432
2011	12367	9275
2012	13604	10203
2013	14964	11223
2014	16461	12346
2015	18107	13580

Elaborado por: Fanny Torres**Tabla 13:** DEMANDA FUTURA

AÑOS	TURISTAS	75% Viaja por turismo
2016	19918	14938
2017	21909	16432
2018	24100	18075
2019	26510	19883
2020	29161	21871

Elaborado por: Fanny Torres

Se considera la pregunta n°2 de la encuesta aplicada donde se menciona que el 75% de las personas viajan por turismo, quienes serán los principales clientes.

4.1.2 Análisis de la oferta

Para el cálculo de la oferta nos enfocamos en la pregunta n° 3 de la encuesta donde se menciona que el 59% de las personas encuestadas utilizan centros de alojamiento privado como hoteles, hostería, cabañas cuando deciden visitar la parroquia Huigra.

Tabla 14: OFERTA HISTÓRICA

AÑOS	TURISTAS	59% Centros de alojamiento privado
2010	11243	6633
2011	12367	7297
2012	13604	8026
2013	14964	8829
2014	16461	9712
2015	18107	10683

Elaborado por: Fanny Torres

Tabla 15: OFERTA FUTURA

AÑOS	TURISTAS	59% Centros de alojamiento privado
2016	19918	11751
2017	21909	12927
2018	24100	14219
2019	26510	15641
2020	29161	17205

Elaborado por: Fanny Torres

4.1.3 Demanda Insatisfecha

Se pretende cubrir al 60% de la Población insatisfecha con nuestro servicio de hospedaje.

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA	CUBRIRÁ EL 60%
2016	14938	11751	3187	1912
2017	16432	12927	3506	2103
2018	18075	14219	3856	2314
2019	19883	15641	4242	2545
2020	21871	17205	4666	2799

Elaborado por: Fanny Torres

4.1.4 Análisis del producto

Tabla 16: Descripción del producto

SERVICIOS ALOJAMIENTO	<p>El alojamiento se brindará en una cabaña construidas con madera, con capacidad para 30 personas distribuidas en las siguientes habitaciones;</p> <ul style="list-style-type: none"> • 4 Habitación matrimonial: (2 personas por habitación total 8) Las habitaciones estará equipada con una cama Quenn (2 ½ plaza), 1 edredón, 1 velador, 1 perchero, ventilador El baño contará con amenities que incluyen jabón, shampo, papel higiénico, toalla de baño o cuerpo, toalla de mano, ducha, lavamanos, espejo y basurero. • 2 Habitación dobles: (6 personas por habitación total 12) La habitación estará equipada con 2 camas simples (11/2 cada cama), velador, perchero, ventilador. El baño contará con amenities que incluyen jabón, shampo, papel higiénico, 2 toallas de baño o cuerpo, toalla de mano, ducha, lavamanos, espejo y basurero. • 2 Habitación familiares (5 persona por habitación total 10).- Equipadas con un dormitorio, con dos literas (1 ½ cada cama), y una cama de 1 plaza ½, velador, perchero, ventilador. El baño contará con amenities que incluyen jabón, shampo, papel higiénico, 6 toallas de baño o cuerpo, toalla de mano, ducha, lavamanos, espejo y basurero. <p>Existe un baño ecológico para uso general.</p>	<p>Incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desayuno, almuerzo y merienda • Visita a las montañas de Puñay • Visita a la Cascada de Angas conociendo la flora y fauna de la comunidad • El turista podrá adquirir (humas, habas con choclo, empanadas con café y una fruta de la zona) a las mujeres de la comuna. • Visita al Rio Angas, • Fogata de integración incluye 1 vaso de canelazo • Alojamiento • Uso de las canchas deportivas • Cabalgata a caballo
ALIMENTACIÓN	<p>Área destinada para otorgar el servicio de alimentación al huésped, donde se entregará el servicio de las 3 comidas, utilizaran producto de la zona.</p>	

Elaborado por: Fanny Torres

Beneficios que aportará el producto a sus clientes

El servicio de calidad de las Cabañas Ecológicas con los paquetes turísticos permitirá al turista cumplir sus expectativas de viaje en un ambiente agradable y distinto y de ésta forma lograr que sea una experiencia inolvidable.

Los servicios que prestan las Cabañas Ecológicas estarán atendidos por personal de la comuna, que se encuentran capacitados para satisfacer las necesidades de los clientes, además se tendrá precios accesibles, instalaciones adecuada y servicios complementarios para los turistas.

Diferencia con la competencia

Son las únicas cabañas ecológicas de la zona, que brindan confort y al mismo tiempo cuida la naturaleza.

4.1.5 Análisis de precios

<p>SERVICIOS</p> <p>ALOJAMIENTO</p>	<p>Habitación matrimonial: Las habitaciones estará equipada con una cama Quenn (2 ½ plaza), 1 edredón, 1 velador, 1 perchero, ventilador</p> <p>El baño contará con amenities que incluyen jabón, shampo, papel higiénico, toalla de baño o cuerpo, toalla de mano, ducha, lavamanos, espejo y basurero.</p>	<p>\$ 49 Habitación incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desayuno, almuerzo y merienda • Visita a las montañas de Puñay • Visita a la Cascada de Angas ,flora y fauna de la comunidad • El turista podrá adquirir (humas, habas con choclo, empanadas con café y una fruta de la zona) a las mujeres de la comuna. • Visita al Rio Angas, • Fogata de integración incluye 1 vaso de canelazo • Uso de las canchas deportivas • Cabalgata a caballo
	<p>Habitación dobles: La habitación estará equipada con 2 camas simples (11/2 cada cama), velador, perchero, ventilador.</p> <p>El baño contará con amenities que incluyen jabón, shampo, papel higiénico, 2 toallas de</p>	<p>\$ 40 Habitación incluye</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desayuno, almuerzo y merienda • Visita a las montañas de Puñay • Visita a la Cascada de Angas ,flora y fauna de

	<p>baño o cuerpo, toalla de mano, ducha, lavamanos, espejo y basurero.</p>	<p>la comunidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • El turista podrá adquirir (humas, habas con choclo, empanadas con café y una fruta de la zona) a las mujeres de la comuna. • Visita al Rio Angas, • Fogata de integración incluye 1 vaso de canelazo • Uso de las canchas deportivas • Cabalgata a caballo
	<ul style="list-style-type: none"> • Habitación familiares).- Equipadas con un dormitorio, con dos literas (1 ½ cada cama), y una cama de 1 plaza ½, velador, perchero, ventilador. <p>El baño contará con amenities que incluyen jabón, shampo, papel higiénico, 6 toallas de baño o cuerpo, toalla de mano, ducha, lavamanos, espejo y basurero.</p> <p>Existe un baño ecológico para uso general.</p>	<p>\$ 85 Habitación incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desayuno, almuerzo y merienda • Visita a las montañas de Puñay • Visita a la Cascada de Angas ,flora y fauna de la comunidad • El turista podrá adquirir (humas, habas con choclo, empanadas con café y una fruta de la zona) a las mujeres de la comuna. • Visita al Rio Angas, • Fogata de integración incluye 1 vaso de canelazo • Uso de las canchas deportivas

Elaborado por: Fanny Torres

4.1.6 Análisis de Publicidad

4.1.6.1 Logotipo



4.1.6.2 Slogan

Disfruta de un tiempo de descanso y confort

4.1.6.3 Tarjetas de presentación



4.1.6.4 Gigantografías



DISFRUTA DE UN TIEMPO DE DESCANSO Y CONFORT



Reservaciones: Teléfono 0998 345647

Dirección: Ubícanos en la Comunidad Angas perteneciente al cantón
Alausí Chimborazo

cabañasangas@hotmail.com

4.1.6.5 Afiches

Repartidos a través del GADM Alausí (departamento de turismo), cámara de turismo, Empresa de ferrocarriles Ecuador.



DISFRUTA DE UN TIEMPO DE DESCANSO Y CONFORT



PAQUETE 1
Dos días, una noche
Incluye:

- Desayuno, almuerzo y merienda
- Visita a las montañas de Puñay
- Visita a la Cascada de Angas conociendo la flora y fauna de la comunidad
- Refrigerio (humas o sándwich con café y una fruta de la zona)
- Visita al Río Angas,
- Cabalgata a caballo
- Fogata de integración incluye 1 vaso de canelazo
- Alojamiento
- Uso de las canchas deportivas

PAQUETE 2
Un día
Incluye:

- Refrigerio comida típica de la zona.
- Visita a la Cascada de Angas conociendo la flora y fauna de la comunidad
- Almuerzo
- Uso de las canchas deportivas
- Cabalgata a caballo

Reservaciones: Teléfono 0998345647
Dirección: Ubícenos en la Comunidad Angas perteneciente al cantón Alausí Chimborazo
cabañasangas@hotmail.com

4.1.6.7 Red Social Facebook



4.1.1.7 Análisis de Distribución

El presente proyecto utiliza el canal de distribución directo e indirecto:

Tabla 17: Distribución

Canal Directo	Para este producto turístico comunitario es necesario ofrecer los servicios por medio de la venta directa, de esta manera el Administrador del lugar podrá tener contacto con sus clientes evaluando el servicio prestado y ofertando mejores promociones y descuentos para su próxima visita.
Canal Indirecto	También se comercializan a través de intermediarios (agencias de viaje) que los venden directamente a turistas nacionales o extranjeros Con acciones de relaciones públicas, se pretende conseguir acuerdos institucionales con el GAD de Huigra, de esta forma dar a conocer la comuna y ser promotores activos del producto; o de colaboración con personas interesadas en este producto y su beneficio comunitario para acordar incentivos, comisiones y obsequios.

Elaborado por: Fanny Torres

4.2 ESTUDIO TÉCNICO

4.2.1 Macrolocalización

CANTÓN ALAUSÍ



Fuente: Cartografía base del IGM.

Elaboración: Equipo Consultor PD y OT 2014 – 2015.

El Cantón Alausí posee un clima muy variado, desde Tropical Húmedo hacia el Oeste, Templado en la parte Central y Frío hacia el Este y Sur, en las zonas altas de la Cordillera Real.

Entre una de las mayores ventajas de la variabilidad altitudinal de la zona al ubicarse a partir de los 1255 msnm hasta los 4300 msnm, es la gran biodiversidad presente, dentro del rango de temperaturas que oscilan entre los 2 y 22 °C influenciados por las corrientes costeras como por los vientos de la propia Cordillera Andina. (PDOT ALAUSÍ, 2010)

Principales productos: Volumen de Producción y Productividad.

Los principales productos del cantón, la superficie de cultivo, el rendimiento por hectárea y el volumen de producción en Toneladas Métricas se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 18: Descripción de la variable producción

Producto	Rendimiento Ha/ TM	Hectáreas.	Volumen de producción TM
Trigo	2,358	1078,00	2542,19
Fréjol tierno	1,911	240,70	460,05
Haba tierna	1,57	713,00	1122,98
Maíz suave choclo.	3,24	79,00	255,96
Papa	11,16	709,00	7913,52
Cebada	0,74	2542,19	1.883,00
Arveja tierna	4,425	112	495,61
Tomate riñón	24,20	74,00	1791,45

Fuente: MAGAP - Unidad Zonal de Información Zona 3.
Elaboración: Equipo Consultor PD y OT 2014 – 2015.

El principal cultivo en el territorio cantonal es la cebada con 2.542,19 hectáreas con un rendimiento promedio de 0,74 TM/Ha, y un volumen de producción de 1.883 Toneladas Métricas; en orden de importancia sigue el trigo con una superficie de cultivo de 1.078,00 hectáreas con un rendimiento de 2,358 TM/Ha. con una producción de 2.542,19 Toneladas Métricas; en este orden de importancia aparece la haba tierna con 713 hectáreas con un rendimiento de 1,57 TM/Ha con un volumen de producción de 1.122, 98 toneladas métricas; sigue la papa con 709 hectáreas con una producción de 7913,52 TM/Ha; el cultivo de arveja tierna con 112 hectáreas y un rendimiento por hectárea de 4,425 TM y un volumen de producción 495,61 toneladas métricas; y el Tomate riñón que se cultiva en la zona baja con 74 hectáreas y un rendimiento de 24,20 TM /Ha con una producción de 1.701 toneladas métricas.

La producción de leche diaria en el cantón es de 28.910 litros; mientras que el rendimiento de litros de leche/vaca llega a 5,68 litros.

En la zona alta del cantón parte de la producción de leche es destinada a la elaboración artesanal de queso fresco, producción que es destinada a los mercados de la Costa (Durán, Milagro, Guayaquil, Machala), El Austro (Cuenca y Loja) y la ciudad de Riobamba

De la información de los productores, ésta producción tiene como destino final los mercados de Guayaquil, Durán, los mercados del Austro como Azogues y principalmente Cuenca, en menor proporción Alausí, Guamote y Riobamba.

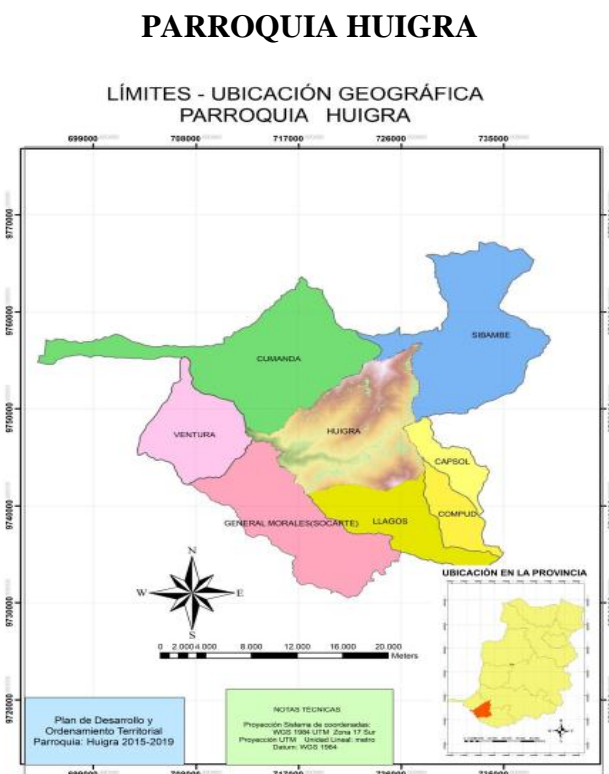
Turismo Sostenible

Alausí se localiza al sur de la provincia y ocupa gran parte de la hoya de su nombre, también llamada Chanchán, se encuentra a dos horas por carretera desde Riobamba y a tres horas por tren, este lugar es visitado por turistas de la Costa ecuatoriana por su agradable clima, con su encantador paisaje está ubicada en la cuenca de Río Chanchán que fue habitada por los Lausíes y Tiquizambis, pueblos aborígenes del sector.

Alausí tiene un alto potencial turístico que no está aprovechado de la mejor manera; existen debilidades en el desarrollo de la actividad turística, tanto como es el mal manejo de los recursos naturales y culturales, falta de organización.

Alausí es un centro de intercambio cultural y comunicación de la sierra con la costa; de allí la importancia que tiene por estar ubicado en un punto estratégico y por ser el mejor centro de operaciones que el turista puede tener para planificar su estadía en Ecuador.

4.2.2 Microlocalización



Su ubicación geográfica fronteriza entre las provincias de Chimborazo, Bolívar, Cañar, y Guayas, aseguraba a este rincón patrio gran porvenir. Así conocido era que por estos lugares se acortaban las distancias de entrada y salida de la Sierra al Litoral.

POBLACION	2.352 Habitantes
EXTENSION	12966 Hectáreas.
LIMITE POLITICO	Norte: Cumandá y parroquia Sibambe Sur: Parroquias Llagos y General Morales (provincia, Cañar)
ADMINISTRATIVO:	Este: parroquias Sibambe (Alausi), Capsol, Compud, Llagos (cantón Chunchi) Oeste: cantón Cumandá, parroquias Ventura y General Morales de la provincia de Cañar.
RANGO LATITUDINAL	Coordenada X 723560 y Coordenada Y 9747479
CLIMA Y TEMPERATURA	Clima subtropical templado que oscila entre los 16°C a 26°C, está situada a 1.255 S.N.M.

Componente económico productivo

El área de mayor superficie ocupada según el uso del suelo es: 12.966 hectáreas total territorio, siendo los principales cultivos fréjol en vainita, tomate riñón y plantas frutales con una superficie de 12.966 hectáreas agrícola, cuyo promedio de siembra por familia es de 1 hectárea, cuyo rendimiento respectivamente para los cultivos antes descritos es 5 métricas/ha de los tres cultivos, cuya oferta productiva de la parroquia es de 8 Toneladas métricas, producidos de manera no tecnificada en los tres principales cultivos.

La principal actividad pecuaria es en la zona alta con un tipo de ganado bovino de leche mejorado y en especies menores las gallinas de campo y gallos de pelea, con un rendimiento de producción promedio de 1.320 litros de leche, cuyo tipo de producción para ganadería bovina es semi-intensivo y con pastoreo, con un sistema de alimentación es básicamente por pasto natural y la ganadería es de tipo mejorado un 25%. La oferta de productos derivados de la ganadería de especies mayores es 150,000 litros anuales entre las tres comunidades pertenecientes a la parroquia y para las especies menores es

1.500 especies anuales con un de 3,5 kg. Los mercados abastecidos con los productos agropecuarios son para el caso de cultivos agrícolas los intermediarios y de los mercados de Chunchi en el caso del fréjol y en el caso del tomate riñón la plazas de Durán, en el caso de productos pecuarios la quesera “Pura Crema Chimborazo” ubicada en la comunidad de Remijón su forma de distribución es del productor al intermediario a través de quesos o litros de leche, mientras que este intermediario se apodera de venderlo en las ciudades de Guayaquil y Manta.

Actualmente la parroquia no cuenta con infraestructuras de apoyo en la producción, solo se ha podido determinar el agua a través de acequias y mangueras que cubre un 35% especialmente en superficies de terrenos que se encuentran debajo de los caudales, cuyo sistema de riego es por canteros y gravedad. La infraestructura productiva presente en las distintas comunidades son de una sola empresa de lácteos dedicada a la elaboración de quesos mientras, y tan solo se registró una sola organización de fréjol como fomento a la producción agrícola además se ha podido determinar como un importante impacto al turismo por la orografía del lugar con principales atractivos naturales el cual se detalla a continuación:

Tabla 19: Atractivos turísticos naturales

Montañas	Caidas de Agua	Rios	Comida y bebida típica
Puñay	Cascada de Panamá	Rio Chanchán	Arroz con huevo en hoja de col
Chasmay	Cascada de Angas	Rio Licay	Caldo de gallina
Sarayunga	Cascada de Pailahaico	Rio Sulchán	Chiguiles envueltos en hoja de caña
Limbote		Rio Guataxi	Humas
		Rio Angas	Menestrón

Fuente: (PDOT ALAUSÍ, 2010)

4.2.3 Localizacion óptima

Las Cabañas Turísticas Ecológicas se construirán en la en la Comunidad De Angas perteneciente a la Parroquia Huigra con el apoyo del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Huigra 2015.

Por sus características se ubicará fuera de los núcleos urbanos, cuya situación, instalaciones y servicios permitan a los clientes el disfrute de sus vacaciones en contacto directo con la naturaleza, facilitando hospedaje en régimen de pensión completa, junto con la posibilidad de practicar deportes y participar en diversiones colectivas por un precio especial.

Las cabañas ecológicas de acuerdo a la ley obtendrán los siguientes servicios:

a) De hospedaje y complementarios:

- Servicio de recepción.
- Servicio de mantenimiento y limpieza diaria de los alojamientos.
- Servicio de comedor. Servicio telefónico.
- Servicio de lavandería y planchado. Servicio de asistencia médica.
- Servicio de venta de "souvenirs" y artículos de uso, frecuente, así como revistas y periódicos.
- Servicio de vigilancia durante el día y la noche de todo el recinto del establecimiento;

b) Servicios de carácter deportivo

Se facilitará a los clientes los artículos necesarios para la práctica de deportes, previo abono del precio que en su caso corresponda.

c) Alimentación

Las comidas serán servidas dentro del horario señalado en el reglamento al que se refiere el artículo 34 del Reglamento Interno de Complejos Vacacionales , el mismo que comprenderá como mínimo un período de dos horas para cada una de las comidas principales. Dentro de este horario, deberán establecerse dos turnos en los complejos vacacionales de dos y una estrellas.

4.2.3.1 Plano de la construcción

Se requiere la adquisición de un terreno aproximadamente de 183m² para la construcción de la cabaña turística basada en el siguiente plano:

Gráfico 16: Plano de la construcción



Elaborado por: Fanny Torres

Las cabañas ecológicas que se pretenden construir en la comunidad de Angas lograrán condiciones óptimas de habitabilidad con el mínimo consumo energético, teniendo en cuenta la orientación de la construcción, el terreno y la naturaleza que le rodea.

Será autosuficiente y autorregulada, con un mantenimiento barato que no dependan de fuentes no locales de energía (electricidad, gas, carbón, o leña). La energía procederá mayoritariamente de fuentes naturales gratuitas.

Se pretende reutilizar el agua de lluvia, ahorrando recursos; construida con materiales no tóxicos que se integren perfectamente en el medio ambiente, sin perjudicarlo.

Se tomará en cuenta la integración paisajística de la cabaña. A demás de prestar un servicio cómodo, tiene que ser de calidad y en armonía con el entorno vivo.

Esta práctica edificación se construirá con materiales y técnicas modernas que faciliten el ahorro y proporcionen comodidades de los turistas nacionales y extranjeros.

Para la construcción lo fundamental es la orientación de la misma.

- Los materiales de construcción serán lo más naturales, y a ser posible de la zona más baratos y fáciles de conseguir, pudiéndose apoyar en los materiales de albañilería tradicional y reciclado.
- Para ahorrar agua se utilizará sistemas de depuración y aprovechamiento de las agua como letrinas secas. Es importante mantener el aire sano y puro, evitando materiales tóxicos en la construcción y mobiliario.
- La calefacción podría ser de dos tipos:
 1. La solar pasiva; orientación de la cabaña para mayor radiación solar en combinación con ventanales de doble aislamiento.
 2. La calefacción activa; la proporcionaría la cocina de leña y/o una chimenea. El agua caliente se generaría con un sistema de placas. También se puede usar el sol para cocinar en las asequibles cocinas solares. Células fotovoltaicas, aerogeneradores, turbinas si hay un salto de agua son posibilidades, según la zona, a considerar para autogenerar la electricidad precisa para electrodomésticos u otros aparatos eléctricos.
- Electrodomésticos: Se empleará aquellos de bajo consumo, que no produzca ni ondas electromagnéticas, ni tampoco emitan gases nocivos; que dispongan de una toma de tierra en perfectas condiciones; y, por último, cuyos elementos envolvente sean naturales.
- Utilización de pinturas naturales o ecológicas.

La elaboración del producto es totalmente respetuosa con el medio ambiente tanto en la producción como en el reciclaje de materia prima y embalajes.

Las pinturas naturales no contienen sustancias nocivas y en ningún caso desprenden gases tóxicos, ni en su producción ni en su aplicación.

Se pretende brindar el mejor servicio de alojamiento, una cabaña aislada con materiales ecológicos, proporcionan el confort adecuado y consume una reducida cantidad de energía, causando así una menor contaminación.

El alojamiento se brindará en cabañas construidas con madera, con capacidad para 30 personas distribuidas en las siguientes habitaciones:

- 4 Habitaciones matrimoniales: (2 personas por habitación total 8) Las habitaciones estará equipada con una cama Quenn (2 ½ plaza), 1 edredón, 1 velador, 1 perchero, ventilador
El baño contará con amenities que incluyen jabón, shampo, papel higiénico, toalla de baño o cuerpo, toalla de mano, ducha, lavamanos, espejo y basurero.
- 2 Habitaciones dobles: (6 personas por habitación total 12) La habitación estará equipada con 2 camas simples (1 1/2 cada cama), velador, perchero, ventilador.
El baño contará con amenities que incluyen jabón, shampo, papel higiénico, 2 toallas de baño o cuerpo, toalla de mano, ducha, lavamanos, espejo y basurero.
- 2 Habitaciones familiares (5 persona por habitación total 10).- Equipadas con un dormitorio, con dos literas (1 ½ cada cama), y una cama de 1 plaza ½, velador, perchero, ventilador.

El baño contará con amenities que incluyen jabón, shampo, papel higiénico, 6 toallas de baño o cuerpo, toalla de mano, ducha, lavamanos, espejo y basurero.

Existe un baño ecológico para uso general.

4.2.4 Ingeniería y tecnología

De acuerdo a (Ministerio de Turismo, 2016) la cabaña turística contará con los siguientes equipamientos.

Tabla 20: Cabañas turísticas ANGAS

REQUERIMIENTO DE INFRAESTRUCTURA	
Condiciones mínimas	
1	Mantener las instalaciones de infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento del establecimiento en perfecta condiciones de funcionamiento.
2	Limpieza e higiene son condiciones básicas para todas las categorías.
Requisitos generales	
3	Contar con sistema de iluminación de emergencia
4	Identificar y señalizar las zonas de evacuación, puntos de encuentro, salidas de emergencia, extintores y mangueras, según las disposiciones de la Autoridad competente.
5	Exhibir en cada habitación y piso, un mapa de ubicación y de evacuación conforme las disposiciones de la Autoridad competente.
6	Contar con una política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores y que no interfiera con las horas de alto tránsito de huéspedes.
7	Contar, aplicar y procesar cuestionarios de evaluación de satisfacción del cliente en relación a los servicios brindados y a las instalaciones del establecimiento.
8	Contar, aplicar y procesar cuestionarios de evaluación de satisfacción del cliente en relación a los servicios brindados y a las instalaciones del establecimiento.
9	Equipar con contenedores de desechos, deberán estar ubicados en las áreas de uso común y áreas donde se identifique que se generan desechos.
10	Identificar y señalizar las áreas asignadas para fumadores, en caso de existir.
11	Identificar las áreas con facilidades para personas con discapacidad.
12	Colocar letreros que promuevan el uso eficiente del agua en cuartos de baño y aseo de habitaciones, cuartos de baño y aseo en áreas de uso común de los huéspedes, y cuartos de baño y aseo en áreas del personal.

13	Colocar letreros que promuevan el uso eficiente de energía eléctrica en habitaciones, en áreas de uso común de los huéspedes, y en áreas del personal.
14	Identificar y señalizar el número de piso.
15	Identificar y señalizar las habitaciones por piso.
16	Identificar y señalizar las áreas de huéspedes y ubicación de servicios complementarios.
17	Exhibir los horarios de ingreso (check in) y salida (check out) en recepción.
18	Contar con personal uniformado (con distintivo o atuendo).
19	Exhibir la licencia de funcionamiento vigente según el formato (a color) establecido por la Autoridad Nacional de Turismo, en un lugar que sea visible para el huésped.
20	Exhibir el tarifario rack anual registrado ante la Autoridad Nacional de Turismo.
21	Exhibir en la recepción el número del servicio integrado de seguridad ECU 911.
22	Equipar al menos un área común con cámara de seguridad. El establecimiento deberá definir el área con mayor riesgo del mismo.
23	Contar con un sistema de auxilio, al menos en un área del establecimiento, conectado directamente con organismos de seguridad y respuesta inmediata. En caso de lugares donde no exista cobertura, se proveerá otro tipo de auxilio y/o apoyo inmediato.
24	Los establecimientos de alojamiento turístico deberán contar con trampas de grasa, ubicadas en áreas de preparación de alimentos.
25	Los establecimientos de alojamiento turístico deberán contar con instalaciones eléctricas cuyo voltaje sea de 110V y 220V, debidamente señalizado.

INFRAESTRUCTURA

27	Acceso al establecimiento y demás dependencias con facilidad para el uso de personas con discapacidad. En caso de establecimientos que no cuenten con estas facilidades, deberán contar con personal entrenado que permita dar el servicio. Los nuevos establecimientos se sujetarán a la normativa de accesibilidad universal vigente.
28	Contar con iluminación natural y/o artificial en todas las áreas del establecimiento.
29	Contar con ventilación natural y/o mecánica que permita el flujo de aire y la no acumulación de olores, con especial énfasis en cuartos de baño y aseo, bodegas,

	y áreas de preparación de alimentos (siempre que el establecimiento brinde el servicio de alimentación).
30	Contar con fuentes de suministro de agua permanente, con capacidad de abastecimiento para todas las áreas del establecimiento.
31	Contar con materiales de construcción y/o revestimiento para evitar la acumulación de microorganismos en cuartos de baño y aseo, bodegas, áreas con uso de vapor/agua y áreas de preparación de alimentos (si tuviera estas últimas).
32	Contar con elementos antideslizantes en pisos de cuartos de baño y aseo, accesos, escaleras, áreas de vapor/agua y áreas de preparación de alimentos (si tuvieran estas últimas).
33	Destinar áreas para uso común y/o múltiple para huéspedes.
34	En caso de contar con áreas para fumadores se deberá cumplir los requisitos establecidos en la normativa nacional vigente, referente a la regulación y control del tabaco.
35	Contar con un área o espacio específico para la separación y almacenamiento de desechos sólidos.
36	Contar con un área de almacenamiento de lencería en el establecimiento (ropa de cama, toallas, entre otros).
37	Contar con bodegas y/o compartimentos específicos para almacenamiento de utilería, productos de limpieza y de servicio a dependencias del establecimiento, entre otros.
38	Contar con bodegas, utilerías y/o compartimentos específicos para almacenamiento de herramientas e implementos para mantenimiento, separadas y sin contacto directo con materiales inflamables o alimentos.

SERVICIOS	
39	Proveer de agua las veinticuatro horas.
40	Servicio de custodia de equipaje.
41	Servicio de internet en áreas de uso común. No aplica en localidades donde no existe el servicio.
42	Botiquín con contenido básico según lo establecido en este Reglamento.
43	Servicio de recepción, conserjería o guardianía las 24 horas.
44	Proveer el servicio diario de limpieza.
45	Contar con un plan de seguridad que incluya mecanismos de contingencia y atención de emergencias, según lo establecido por la Autoridad competente.

ÁREA DE CLIENTES (CUARTO DE BAÑO Y ASEO EN ÁREA COMUNES)	
Equipamiento e insumos	
46	Identificar y señalizar por género los cuartos de baño y aseo en áreas comunes.
47	La dimensión de los cuartos de baño y aseo estará determinada por la capacidad del servicio a prestar.
48	Inodoro con asiento y tapa;
49	Lavamanos;
50	Espejo sobre el lavamanos;
51	Tomacorriente;
52	Basurero con funda y tapa;
53	Dispensador de jabón de pared o desechable;
54	Jabón líquido;
55	Secador automático de manos o dispensador de toallas con toallas desechables;
56	Porta papel o dispensador de papel higiénico dentro o cerca al Área de cuarto de baño y aseo;
57	Dispensador de desinfectante de manos dentro o fuera del servicio higiénico;
58	Gel desinfectante de manos;

59	Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso;
60	Cartilla de control de limpieza.
HABITACIONES	
Equipamiento	
61	Los establecimientos de alojamiento deberán contar con un mínimo de 5 habitaciones.
62	Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso.
63	Las dimensiones de cama(s) se aplicarán según lo establecido en el presente Reglamento. En caso de sofá cama se aplicará la medida mínima para cama de una plaza.
64	Colchón;
65	Protector de colchón;
66	Sábanas;
67	Cobija(s);
68	Cubrecama, edredón o plumón duvet
69	Almohada(s) por plaza;
70	Protector de almohada;
71	Al menos un velador o mesa de noche;
72	Reformado por el lit. d) del Art. 3 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).- Basurero.
73	Cobija extra a petición del huésped.
74	Al menos dos tomacorrientes para uso de huéspedes.
75	Teléfono en todas las habitaciones o sistema de comunicación interna entre áreas de uso de huéspedes y áreas de servicio, cuando no se disponga de servicio telefónico.
76	Informativo del establecimiento, que incluya políticas, datos sobre los servicios generales y adicionales, horarios de prestación de servicios, horarios de ingreso (check in) y salida (check out), teléfonos de apoyo y emergencias (ECU 911) en la habitación.
77	Contar con agua para consumo en la habitación.

CUARTO DE BAÑO Y ASEO PRIVADO Y/O COMPARTIDO	
Equipamiento	
78	Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso;
79	Tina y/o ducha con división de espacios entre esta y el área restante del baño;
80	Lavamanos;
81	Espejo sobre el lavamanos;
82	Barra de seguridad en tina y/o ducha y/o elemento antideslizante para el piso;
83	Tomacorriente (excepción para establecimientos según sus políticas);
84	Inodoro con asiento y tapa;
85	Basurero con tapa;
86	Toallero y/o gancho;
87	Jabón en lavamanos;
88	Reformado por el lit. g) del Art. 1 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7I2016). Secador automático de manos o dispensador de toallas con toallas desechables para cuarto de baño y aseo compartido;
89	Reformado por el lit. a) del Art. 2 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7I2016). Porta papel dentro del área de cuarto de baño y aseo privado.
90	(Agregado por el lit. h) del Art. 1 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7I2016). Porta papel o dispensador de papel higiénico dentro o cerca del área de cuarto de baño y aseo compartido”.
91	Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso;
60	Cartilla de control de limpieza.
HABITACIONES	
Equipamiento	
61	Los establecimientos de alojamiento deberán contar con un mínimo de 5 habitaciones.
62	Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso.
63	Las dimensiones de cama(s) se aplicarán según lo establecido en el presente Reglamento. En caso de sofá cama se aplicará la medida mínima para cama de una plaza.
64	Colchón;

65	Protector de colchón;
66	Sábanas;
67	Cobija(s);
68	Cubrecama, edredón o plumón duvet
69	Almohada(s) por plaza;
70	Protector de almohada;
71	Al menos un velador o mesa de noche;
72	Reformado por el lit. d) del Art. 3 del Acdo. 20150101, R.O. 664, 7-I-2016).- Basurero.
73	Cobija extra a petición del huésped.
74	Al menos dos tomacorrientes para uso de huéspedes.
75	Teléfono en todas las habitaciones o sistema de comunicación interna entre áreas de uso de huéspedes y áreas de servicio, cuando no se disponga de servicio telefónico.
76	Informativo del establecimiento, que incluya políticas, datos sobre los servicios generales y adicionales, horarios de prestación de servicios, horarios de ingreso (check in) y salida (check out), teléfonos de apoyo y emergencias (ECU 911) en la habitación.
77	Contar con agua para consumo en la habitación.

4.3 ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVO

4.3.1 Estudio Legal

REGISTRÓ ACTIVIDAD TURÍSTICA

Base Legal: Arts. 8 y 9 de la Ley de Turismo. Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo.

Plazo: Máximo 30 días después del inicio de la actividad

Obligación: Obtener el Registro de Turismo en el Ministerio de Turismo.

Sanción: El no registro se sanciona con USD 100,00 y clausura del establecimiento

LICENCIA FUNCIONAMIENTO TURISMO

Base Legal: Arts. 8 y 9 de la Ley de Turismo. Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo.

Plazo: hasta el 28 de febrero

Obligación: Renovar Licencia Única Anual de Funcionamiento en el Ministerio de Turismo o Municipio respectivo, según corresponda

Sanción: La no renovación se sanciona con clausura del establecimiento

PERMISO SANITARIO CERTIFICADOS DE SALUD EMPLEADOS

Base Legal: Código de la salud; Reglamento de Tasas

Plazo: hasta el 30 de marzo

Obligación: Renovar el Permiso Sanitario de Funcionamiento del Ministerio de Salud.

PATENTE

Base Legal: Ley de Régimen Municipal; y, Código Municipal del respectivo Cantón

Plazo: hasta el 31 de enero

Obligación: Pagar Patente Municipal en respectivo Municipio

RÓTULOS Y PUBLICIDAD EXTERIOR

Base Legal: Código Municipal del respectivo Cantón (Quito R.O. 183 de 03/10/03)

Plazo: hasta el 31 de marzo en Quito, en otras ciudades el que establezca el Municipio

Obligación: Obtener Permiso en respectivo Municipio

BOMBEROS

Base legal: Ley de Defensa contra incendios (Art. 35) y su Reglamento (Art. 40)

Plazo: hasta el 31 de marzo

Obligación: Renovar Permiso Anual de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

Gráfico 17: Permisos

PERMISOS	A QUIEN SE DEBE PAGAR Y/O CUMPLIR OBLIGACIÓN	FRECUENCIA DE PAGO Y/O CUMPLIMIENTO	QUIEN DEBE PAGAR Y/O CUMPLIR
Registro Actividad Turística	Ministerio de Turismo	Sólo 1 vez	P. Naturales y Jurídicas
Licencia Funcionamiento Turismo	Ministerio Turismo / Municipios	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Permiso Sanitario	Ministerio Salud	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Certificados de Salud Empleados	Ministerio Salud	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Patente	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Rótulos y Publicidad Exterior	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Bomberos	Cuerpo de Bomberos	Anual	P. Naturales y Jurídicas

Fuente: (Reglamento de Actividades Turísticas, 2016)

Gráfico 18: Obligaciones tributaria

Declaración Impuesto a la Renta	Servicio de Rentas Internas	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Anexo Imp. Renta (Rel. Dependencia)	Servicio de Rentas Internas	Anual	P. Jurídicas
Anticipo Impuesto a la Renta	Servicio de Rentas Internas	Jul / Sep	P. Naturales y Jurídicas
Retenciones en la Fuente - Renta	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Impuesto al Valor Agregado - IVA	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Impuesto Consumos Especiales	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Anexos Transaccionales (IVA/ICE/IR)	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Declaración Patrimonial	Servicio de Rentas Internas	Anual	P. Naturales

Fuente: (Reglamento de Actividades Turísticas, 2016)

Gráfico 19: Obligaciones patronales

Décimo Cuarto Sueldo	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Presentar planilla de pago 14to. Sueldo	Ministerio Trabajo	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Décimo Tercero Sueldo	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Presentar planilla de pago 13er. Sueldo	Ministerio Trabajo	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Fondos de Reserva	IESS	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Pagar 15 % utilidades a empleados	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Presentar planilla pago 15 % utilidades	Ministerio Trabajo	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Uniformes para el Personal	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Remuneraciones a empleados	Empleados	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Aportes Seguro Social Empleados	IESS	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Repartir 10 % por Servicio	Empleados	Mensual	Hoteles y Rest. 5 y 4 *
Presentar Panilla de Pago 10% Servicio	Inspectorías de Trabajo	13ro. /14to. /Utili.	Hoteles y Rest. 5 y 4 *
Aplicar % de Discapacitados en nómina	Ministerio de Trabajo	Permanente	P. Naturales y Jurídicas
Tener Dispensador de Preservativos	Ministerio de Salud	Permanente	P. Naturales y Jurídicas

Fuente: (Reglamento de Actividades Turísticas, 2016)

Gráfico 20: Otras contribuciones y obligaciones

Contribución 1 x mil Activos Fijos	Ministerio de Turismo	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Contribución 1 / mil Activos Reales	Superintendencia Compañías	Anual	P. Jurídicas
Presentar Balances	Superintendencia Compañías	Anual	P. Jurídicas
Impuesto Activos Totales (1.5 / mil)	Municipios	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Impuesto Predial	Municipios	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Matriculación de Vehículos	Jefaturas de Tránsito	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Revisión Técnica Vehicular (Quito)	Municipio - CORPAIRE	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Contratar SOAT para vehículos	Aseguradoras calificadas	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Derechos Autores y Compositores	SAYCE	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Derechos Productores Fonogramas	SOPROFON	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Teléfono	Empresa Telefónica	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Agua Potable	Empresa Agua Potable	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Energía Eléctrica	Empresa Eléctrica	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Reportes Estadísticos	Ministerio Turismo	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Reportes de Huéspedes	Varias Instituciones	Diario	P. Naturales y Jurídicas
Impuesto a Espectáculos Públicos	Municipios	Ocasional	P. Naturales y Jurídicas
Tasa Servicios Turísticos	Municipio de Quito	Mensual	P. Naturales y Jurídicas

Fuente: (Reglamento de Actividades Turísticas, 2016)

4.3.2 Estudio Administrativo

4.3.2.1 Misión

La Cabaña Ecológicas Angas perteneciente a la Parroquia Huigra provee servicios de alojamiento y descanso, con gente amable, estándares de calidad y buenas prácticas de turismo sostenible, garantizando la satisfacción de nuestros clientes nacionales y extranjeros en contacto con la naturaleza.

4.3.2.2 Visión

Brindar un excelente servicio de alojamiento, alimentación, descanso y atractivos turísticos, proveyendo servicios con los más altos estándares de calidad y buenas prácticas de Turismo Sostenible, contando con un capital humano que permita alcanzar la satisfacción de nuestros clientes, nacionales y extranjeros.

4.3.2.3 Objetivos

4.3.2.3.1 Objetivo general.

Brindarles a nuestros huéspedes un servicio cómodo y económico para su descanso o diversión.

4.3.2.3.2 Objetivos específicos.

- Ofrecer una excelente atención y compromiso con las necesidades de nuestros clientes.
- Brindar la seguridad integral a nuestros huéspedes.
- Implementar actividades turísticas para promover la cultura y belleza natural de la comunidad Angas perteneciente a la Parroquia Huigra.

4.3.2.4 Políticas ambientales

Manejo de desecho sólidos y líquidos

- Implementación de los principios de consumo sostenible en el proceso de manejo de desechos: remplazo, reducción, reuso, reciclaje y reparación.

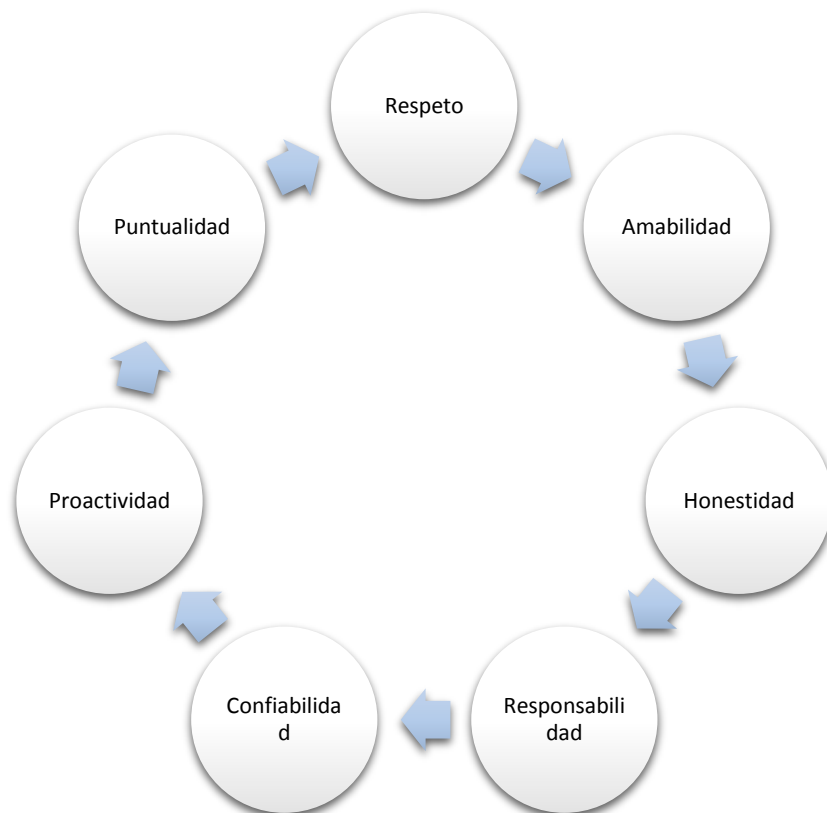
Ahorro de agua y energía

- Optimización del recurso hídrico
- Instalación de dispositivos de bajo consumo
- Educación de clientes y empleados para lograr una mayor conciencia ambiental

Educación Ambiental

- Promover estrategias innovadoras de bioalfabetización para turistas nacionales y extranjeros como una herramienta de conservación de la biodiversidad.
- Promover tecnología verde en el aprovechamiento de energía eólica y solar

4.3.2.5 Valores



Elaborado por: Fanny Torres

4.3.2.6 Estructura Organizacional

Gráfico 21: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



MANUAL DE FUNCIONES

1) Gerencia

Cargo: Gerente / Administrador	
Descripción del cargo	El administrador de empresas de alojamiento se ocupa principalmente, de gestionar los procesos de la empresa; buscar la calidad continua en todo los servicios que se ofertará, cumplir con las exigencias legales y tributarias, finalmente incentivar al personal para alcanzar un desarrollo económico, competitividad y crecimiento de la empresa.
Funciones	⇒ Planificar objetivos y estrategias ⇒ Establecer estrategias y acciones de mercadeo ⇒ Analizar y evaluar resultados para proponer acciones ⇒ Alcanzar objetivos esperados ⇒ Velar por la seguridad y mantenimiento del establecimiento ⇒ Asegurar la satisfacción del cliente ⇒ Liderar el equipo humano de trabajo
Competencia	1. Conocimientos ⇒ Procesos y procedimientos administrativos y contables. ⇒ Técnicas de definición de precios, productos y servicios ⇒ Técnicas de manejo de personal y equipos de trabajo ⇒ Procesos de mejora continua ⇒ Técnicas de negociación y administración de contratos ⇒ Vocabulario técnico del segmento de turismo y hospitalidad. ⇒ Aspectos laborales legales, comerciales tributarios, fiscales, de salud, de seguridad, sociales y ambientales, relacionados a la administración hotelera. ⇒ Técnicas de liderazgo y jefatura. ⇒ Métodos de evaluación de desempeño de personal. ⇒ Tipo, estructura y funcionamiento de los establecimientos de alojamiento. ⇒ Técnicas de mercadeo

	<p>2. Habilidades</p> <p>⇒ Planificación de corto y largo plazo.</p> <p>⇒ Toma de decisiones.</p> <p>⇒ Raciocinio numérico aplicado a negocios.</p> <p>⇒ Raciocinio lógico verbal para entender y comunicarse de manera clara y articulada, en forma oral y escrita.</p> <p>⇒ Interpretación del lenguaje corporal.</p> <p>3. Aptitudes</p> <p>⇒ Innovador</p> <p>⇒ Perseverante.</p> <p>⇒ Atento.</p> <p>⇒ Detallista.</p> <p>⇒ Previsor.-</p> <p>⇒ Orientado al cambio.</p>
Requisitos	<p>Académicos</p> <p>⇒ Poseer un título de administrador de empresas hoteleras.</p> <p>⇒ Estudios relacionados con la administración de empresas.</p> <p>⇒ Manejar con fluidez el idioma el inglés y un segundo idioma.</p> <p>Experiencia laboral: Tener un mínimo de 3 años de experiencia.</p>

2) Administración

⇒ Contabilidad

Cargo: Contador (a)	
Descripción del cargo	<p>Responsable de la planificación, organización y coordinación de todas relacionadas con el área contable, con el objetivo de obtener las consolidaciones y estados financieros requeridos por la organización. Establece y coordina la ejecución de las políticas relacionadas con el área contable, asegurándose que se cumplan los principios de contabilidad generalmente aceptados y con las políticas específicas de la empresa.</p> <p>Adicionalmente elabora y controla la labor presupuestaria y de</p>

	costos.
Funciones	<p>⇒ Planificar y coordinar todas las funciones relacionadas con el área contable y de impuestos con el fin de obtener la consolidación de los Estados Financieros y el cumplimiento de las obligaciones tributarias.</p> <p>⇒ Coordinar la ejecución de políticas relacionadas con el área contable, asegurándose que se cumplan los principios de contabilidad y las normas internacionales, al igual que las políticas de la Entidad y las normas fiscales vigentes.</p> <p>⇒ Elaborar estados financieros mensuales con información oportuna y verídica.</p> <p>⇒ Verificar y depurar cuentas contables.</p> <p>⇒ Controlar el correcto registro de los auxiliares de contabilidad.</p> <p>⇒ Revisar causaciones, corroborando los cálculos presentados especialmente en lo relacionado con las retenciones en la fuente.</p> <p>⇒ Elaborar las declaraciones de impuestos.</p> <p>⇒ Revisar y firmar conciliaciones bancarias y de tarjeta de crédito.</p> <p>⇒ Revisar y comparar gastos mensuales.</p> <p>⇒ Cierre contable anual y elaboración de Estados Financieros anuales.</p> <p>⇒ Revisar los certificados de ingresos y retenciones de empleados.</p> <p>⇒ Mantener en orden y actualizado el archivo de documentos contables (notas, Recibos de caja, Declaraciones, etc.).</p>
Competencia	<p>1. Conocimiento</p> <p>⇒ Manejo Avanzado del Sistema Operativo Windows y de herramientas como Word, Excel y Power Point.</p> <p>⇒ Indispensable conocimiento y experiencia comprobada en labores de auditoria, legislación relacionada, sistema bancario nacional e internacional y gestión contable administrativa general.</p> <p>⇒ Conocimientos de manejo de personal.</p> <p>2. Habilidad</p>

	<p>⇒ Tener una visión general de los objetivos y estrategias de la organización.</p> <p>⇒ Aplicar sus conocimientos en forma crítica.</p> <p>⇒ Asesorar en materia contable fiscal y financiera.</p> <p>⇒ Mantenerse actualizado.</p> <p>Aptitudes</p> <p>⇒ Responsabilidad.</p> <p>⇒ Iniciativa</p> <p>⇒ Analítico</p> <p>⇒ Buena organización</p> <p>⇒ Capacidad y Criterio en toma de decisiones.</p> <p>⇒ Buen manejo de relaciones interpersonales.</p> <p>⇒ Habilidad numérica.</p> <p>⇒ Capacidad de trabajo bajo presión</p> <p>⇒ Liderazgo</p> <p>⇒ Formador de Equipos de trabajo</p>
Requisitos	<p>Académicos</p> <p>⇒ Título de CPA</p> <p>Experiencia laboral: Experiencia mínima 4 años como contador de una empresa.</p>

⇒ **Recepción**

Cargo: Recepcionista polivalente		
Descripción del cargo		El recepcionista que desempeñe un puesto polivalente se ocupa principalmente, de cumplir los procesos de recepción, registro, acomodación y salida del huésped, ser nexo entre el huésped y los diferentes servicios del establecimiento; atender teléfono y caja; cubrir ciertas actividades del botones, camarera y seguridad cuando sea necesario.

Funciones	<p>⇒ Registrar el ingreso del huésped (check in).</p> <p>⇒ Acomodar al huésped en la habitación</p> <p>⇒ Controlar el acceso a las habitaciones</p> <p>⇒ Apoyar al huésped</p> <p>⇒ Apoyar a la administración</p> <p>⇒ Efectuar los procedimientos de salida del huésped (check out)</p> <p>⇒ Entregar la recepción al turno correspondiente.</p> <p>⇒ Cuidar el área de recepción.</p> <p>⇒ Operar los equipos de recepción.</p> <p>⇒ Actuar como nexo entre el huésped y otros departamentos del establecimiento.</p> <p>⇒ Velar por la seguridad y privacidad del huésped y del establecimiento.</p> <p>⇒ Asegurar la satisfacción del cliente.</p> <p>⇒ Cuidar de la apariencia personal.</p>
Competencias	<p>1. Conocimiento</p> <p>⇒ Procesos de ingreso (check in) y salida (check out) del huésped.</p> <p>⇒ Procedimientos de control relacionados con el acceso a las habitaciones.</p> <p>⇒ Funciones y responsabilidades de los diversos servicios de la hostería.</p> <p>⇒ Procedimientos básicos de telefonía, códigos para llamadas nacionales e internacionales, tarifas, horarios con descuentos, posibilidades de uso de celular, números de teléfonos útiles y de emergencia y el uso de la guía telefónica.</p> <p>⇒ Contabilidad básica.</p> <p>⇒ Requisitos de higiene personal adecuados a su ocupación.</p> <p>⇒ Computación e internet.</p> <p>⇒ Información de eventos y atractivos turísticos locales.</p> <p>⇒ Técnicas de servicio al cliente.</p> <p>⇒ Manejo de pagos en cheque, efectivo, tarjeta de crédito u otros.</p> <p>2. Habilidades</p> <p>⇒ Cálculo de las cuatro operaciones aritméticas y aplicación del cálculo porcentual para descuentos y recargas.</p> <p>⇒ Lectura y escritura para anotar mensajes orales simples de forma</p>

	<p>clara y con caligrafía legible.</p> <p>⇒ Integración para ejecutar trabajo en equipo.</p> <p>⇒ Interpretación del lenguaje corporal.</p> <p>⇒ Observación de rutinas administrativas, inclusive en la organización de documentos.</p> <p>⇒ Memoria de corto y largo plazo.</p> <p>3. Actitudes</p> <p>⇒ Equilibrado emocionalmente</p> <p>⇒ Innovador.</p> <p>⇒ Atento</p> <p>⇒ Orientado al cambio</p>
Requisitos	<p>Académicos</p> <p>⇒ Título de secretariado ejecutivo</p> <p>⇒ Cursos para recepcionista.</p> <p>⇒ Hablar inglés principalmente.</p> <p>Experiencia laboral: no es necesario.</p>

⇒ **Mensajería**

Cargo: Mensajero	
Descripción del cargo	Distribuir, despachar, registrar entregar y colaborar con actividades y pagos dentro y fuera de la hostería, utilizando los medios de transporte necesarios para cumplir con las actividades adecuadamente.
Funciones	<p>⇒ Realizar depósitos en los diferentes bancos.</p> <p>⇒ Llevar documentación a los proveedores, clientes o lugares indicados.</p> <p>⇒ Retirar cobros en la locación del cliente.</p> <p>⇒ Atender cualquier solicitud del área administrativa o técnica.</p> <p>⇒ <input type="checkbox"/> Retiro de materiales en la locación del proveedor.</p>
Competencias	<p>1. Conocimientos</p> <p>⇒ Conocimientos básicos de los programas de office.</p> <p>⇒ Operación de teléfono, fax celular, computadora.</p> <p>⇒ Manejo de documentación.</p> <p>2. Habilidades</p>

	⇒ Establecer relaciones interpersonales. ⇒ Captar y seguir instrucciones orales y escritas. ⇒ Visual y manual. 3. Actitudes ⇒ -Responsable. ⇒ Buena voluntad.
Requisitos	Académicos ⇒ Bachillerato Experiencia laboral: experiencia mínima 1 año.

3) Marketing

Cargo: Encargado de reservas y ventas	
Descripción del cargo	El encargado de reservas y ventas se ocupa, principalmente, de confirmar reservas; controlar la tasa de ocupación; actualizar permanentemente la información sobre las instalaciones, servicios, tarifas y formas de pago; influir en la decisión de compra del cliente y negociar las disponibilidades con el mismo.
Funciones	⇒ Atender pedidos de reservas. ⇒ Ofrecer productos y servicios. ⇒ Controlar el crédito. ⇒ Confirmar reservas ⇒ Mantener vínculos con intermediarios. ⇒ Manejo de conflictos en su área de trabajo. ⇒ Operar equipos. ⇒ Asegurar la satisfacción del cliente. ⇒ Coordinar con otros departamentos.
Competencias	1. Conocimiento ⇒ Técnicas de atención al cliente. ⇒ Técnicas de ventas y negociación por teléfono. ⇒ Formas, condiciones y garantías de pago. ⇒ Operación del computador, teléfono y fax. ⇒ Procedimiento para garantizar la privacidad y seguridad del huésped. ⇒ Funciones generales de cada departamento de la hostería.

	<p>⇒ Flujo de información y elaboración de formularios de servicios de</p> <p>⇒ reservas.</p> <p>⇒ Técnicas hoteleras, normas y procedimientos del departamento de recepción y reservas.</p> <p>⇒ Manejo de tarifas.</p> <p>⇒ Manejo de pronóstico de ocupación hotelera y estacionalidad.</p> <p>2. Habilidades</p> <p>⇒ Capacidad de recibir información por teléfono.</p> <p>⇒ Buena memoria para recordar el nombre y preferencias del cliente.</p> <p>⇒ Facilidad de comunicación oral clara y articulada, principalmente por teléfono, con empleo adecuado del idioma.</p> <p>⇒ Cálculo de las cuatro operaciones aritméticas y cálculo porcentual.</p> <p>3. Actitudes</p> <p>⇒ Decidido</p> <p>⇒ Detallista.</p> <p>⇒ Equilibrado emocionalmente.</p> <p>⇒ Atento.</p>
Requisitos	<p>Académicos</p> <p>⇒ Estudios Superiores en Marketing, Ventas o carreras afines.</p> <p>⇒ Idioma inglés hablado y escrito.</p> <p>Experiencia laboral: Experiencia laboral de 2 años en el cargo o funciones similares.</p>

4) Producción

⇒ Hospedaje

Cargo: Ama de llaves		
Descripción del cargo		El ama de llaves se ocupa, principalmente, de planificar, controlar, organizar y supervisar el equipo, los servicios de limpieza, higienización, ordenamiento y ornamentación de las habitaciones, lavandería, sala de refrigeración, áreas externas e internas (excepto

	cocina) y manejar los materiales de consumo, limpieza, decoración, menaje y uniformes.
Funciones	<p>⇒ Planificar el trabajo de su departamento.</p> <p>⇒ Organizar, capacitar y supervisar al equipo humano de trabajo.</p> <p>⇒ Coordinar los servicios realizados por el equipo de trabajo.</p> <p>⇒ Contratar y supervisar servicios de terceros.</p> <p>⇒ Administrar materiales a su cargo.</p> <p>⇒ Diseñar y mantener la decoración de los diferentes ambientes a su cargo.</p> <p>⇒ Operar los equipos relacionados con su actividad.</p> <p>⇒ Asegurar la satisfacción del huésped.</p> <p>⇒ Interactuar con los demás departamentos.</p> <p>⇒ Apoyar a la gestión del negocio.</p>
Características	<p>1. Conocimientos</p> <p>⇒ Técnicas de elaboración de presupuestos, cronogramas, horarios de trabajos y eventos especiales.</p> <p>⇒ Desarrollo de procesos operacionales.</p> <p>⇒ Técnicas de liderazgo y jefatura; coordinación y supervisión de personal; métodos de validación de profesionales y equipos.</p> <p>⇒ Legislación laboral y comercial aplicable a contratos de prestación de servicios y a técnicas de negociación de contratos.</p> <p>⇒ Técnica de manejo de inventarios, control, almacenamiento y establecimiento de punto de reposición de materiales.</p> <p>⇒ Técnicas para limpieza, higienización y ordenamiento aplicables a empresas de alojamiento y operación de equipos y aparatos de uso más común en las habitaciones.</p> <p>⇒ Servicios de hotelería; funciones generales de cada departamento de un establecimiento de alojamiento.</p> <p>⇒ Técnicas de servicio al cliente.</p> <p>⇒ Técnicas básicas de decoración, manejo de volúmenes, manejo de color.</p> <p>⇒ Requisitos para trabajo en equipo.</p> <p>2. Habilidades</p>

	<p>⇒ Capacidad de argumentar con la lógica verbalmente o por escrito.</p> <p>⇒ Tomar decisiones complejas, individualmente o conjuntamente con otras personas.</p> <p>⇒ Cálculos matemáticos y elaboración de planillas y gráficos para análisis y control.</p> <p>⇒ Lectura y escritura clara para elaboración de informes gerenciales.</p> <p>⇒ Planificación de corto plazo, de acuerdo con recomendaciones estratégicas.</p> <p>3. Actitudes</p> <p>⇒ Innovador.</p> <p>⇒ Detallista.</p> <p>⇒ Práctico.</p> <p>⇒ Controlador.</p> <p>⇒ Democrático.</p> <p>⇒ Equilibrado emocionalmente.</p>
Requisitos	<p>Académicos</p> <p>⇒ Bachillerato o carrera técnica determinada.</p> <p>⇒ Licenciatura en administración de empresas turísticas o con conocimientos de administración.</p> <p>Experiencia laboral: Mínimo 1 año de experiencia en el cargo.</p>

Cargo: Camarera	
Descripción del cargo	La camarera se ocupa, principalmente, de limpiar, higienizar y organizar las habitaciones y áreas sociales; inspeccionar la habitación para la salida del huésped; reponer y controlar el material; atender pedidos y reclamos.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Limpiar, asear y ordenar las habitaciones. ⇒ Adecuar la habitación para recibir al huésped. ⇒ Inspeccionar el estado de una habitación. ⇒ Verificar el funcionamiento y el confort de la habitación. ⇒ Ordenar la habitación ocupada. ⇒ Efectuar controles y registros. ⇒ Operar equipos de trabajo. ⇒ Brindar información del establecimiento al huésped. ⇒ Actuar como nexo entre el huésped y otros departamentos del establecimiento. ⇒ Velar por la seguridad y privacidad del huésped. ⇒ Asegurar satisfacción del cliente. ⇒ Cuidar de la apariencia personal. ⇒ Mantener la comunicación con los demás departamentos.
Competencias	<p>1. Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Técnicas de limpieza, ordenamiento y aseo aplicables a instalaciones y equipos de uso común en habitaciones y áreas sociales. ⇒ Técnicas de montaje de cama y presentación de piezas de menaje y otros elementos. ⇒ Requisitos de higiene personal y seguridad en el trabajo. ⇒ Operación de equipos y aparatos de uso más común en las habitaciones. ⇒ Procedimientos para asegurar la privacidad y seguridad del huésped. ⇒ Servicios de hotelería; funciones generales de cada departamento de la hostería. ⇒ Rutinas de lavandería y mantenimiento preventivo. <p>2. Habilidades</p>

	<p>⇒ Cálculo de las cuatro operaciones aritméticas.</p> <p>⇒ Lectura y escritura clara para llenado de formularios y registros de novedades simples.</p> <p>⇒ Tomar decisiones rápidas bajo presión.</p> <p>⇒ Comunicarse claramente de manera verbal.</p> <p>⇒ Manipular objetos con firmeza y coordinación motriz.</p> <p>3. Actitudes</p> <p>⇒ Práctico</p> <p>⇒ Detallista</p> <p>⇒ Tradicional</p> <p>⇒ Equilibrado emocionalmente.</p> <p>⇒ Discreto.</p> <p>⇒ Atento.</p>
Requisitos	<p>Académicos</p> <p>Título de bachiller.</p> <p>Carrera técnica determinada.</p> <p>Experiencia laboral: Mínimo un año de experiencia en el cargo.</p>

⇒ Alimentación

Cargo: Chef	
Descripción del cargo	El chef de cocina se ocupa, principalmente, de crear, coordinar y realizar recetas y platos; de supervisar el equipo de trabajo de la cocina; de asegurar la calidad de los productos y servicios y la rentabilidad para el establecimiento.
Funciones	<p>⇒ Planificar y controlar la cocina.</p> <p>⇒ Elaborar la programación de la cocina.</p> <p>⇒ Preparar platos</p> <p>⇒ Administrar lo existente (stock) y consumo.</p> <p>⇒ Administrar el equipo.</p> <p>⇒ Supervisar cuidados de higiene personal y seguridad de los alimentos.</p>
Características	<p>1. Conocimientos</p> <p>⇒ Prácticas administrativas de planificación.</p>

	<p>⇒ Elaboración de presupuestos.</p> <p>⇒ Análisis y control de costos y resultados.</p> <p>⇒ Administración de la producción.</p> <p>⇒ Principios básicos de gestión de procesos de producción de alimentos y bebidas.</p> <p>⇒ Técnicas de administración del recurso humano, herramientas de gestión.</p> <p>⇒ Manejo de indicadores de gestión y cumplimiento de metas.</p> <p>⇒ Procesos para selección, entrenamiento y evaluación de personal.</p> <p>⇒ Técnicas de preparación, cocción, disposición, montaje y presentación de platos.</p> <p>⇒ Técnicas de servicio.</p> <p>⇒ Técnicas de combinación de alimentos de acuerdo con color, textura, aroma, paladar y aspecto visual.</p> <p>⇒ Maquinaria, equipos y utensilios de cocina.</p> <p>⇒ Términos técnicos nacionales e internacionales de gastronomía.</p> <p>⇒ Requisitos de higiene y presentación personal adecuados a la ocupación.</p> <p>2. Habilidades</p> <p>⇒ Leer e identificar hora, temperatura y peso.</p> <p>⇒ Cálculo estimativo de tiempo, peso, dimensión, cantidad y costo de los alimentos.</p> <p>⇒ Calcular operaciones aritméticas básicas, porcentajes y fracciones.</p> <p>⇒ Memoria de corto y largo plazo.</p> <p>⇒ Comunicación clara y articulada, en forma verbal y escrita.</p> <p>⇒ Capaz de escuchar, orientar, supervisar, motivar y relacionarse con el equipo de trabajo.</p> <p>⇒ Capacidad para transportar peso moderado, permanecer de pie o andando durante el período de trabajo.</p> <p>⇒ Iniciativa para prevenir y solucionar problemas.</p> <p>⇒ Reflejos rápidos, coordinación motriz fina.</p> <p>3. Actitudes</p>
--	---

	⇒ Detallista. ⇒ Confiable. ⇒ Atento. ⇒ Equilibrado emocionalmente. ⇒ Controlador.
Requisitos	Académicos ⇒ Título de bachiller. ⇒ Licenciatura o tecnología en gastronomía. Experiencia laboral: Experiencia mínimo de 1 año.

Cargo: Mesero polivalente	
Descripción del cargo	El mesero polivalente se ocupa, principalmente, de recibir y acoger al cliente; servir alimentos y bebidas y cuidar del arreglo del punto de venta o servicio.
Funciones	⇒ Atender al cliente. ⇒ Presentar el menú o carta. ⇒ Servir al cliente. ⇒ Actuar como nexo entre el cliente y las otras áreas del establecimiento. ⇒ Finalizar la atención y recibir el pago. ⇒ Cuidar de la seguridad de los alimentos. ⇒ Cuidar del arreglo del punto de venta. ⇒ Representar y vender. ⇒ Operar equipos del salón y del punto de venta. ⇒ Asegurar la satisfacción del cliente. ⇒ Cuidar de la presentación personal. ⇒ Apoyar al equipo.
Características	1. Conocimientos Tipos de servicio a la mesa y al cliente. Normas de etiqueta a la mesa y en el salón. Preparación básica de alimentos y bebidas. Procedimientos de emergencia. Requisitos de higiene personal adecuados a la ocupación.

	<p>Operación de los equipos de comedor.</p> <p>Técnicas de comunicación en el servicio.</p> <p>Técnicas de trabajo en equipo.</p> <p>Técnicas de servicio.</p> <p>2. Habilidades</p> <p>⇒ Cálculo de las cuatro operaciones aritméticas.</p> <p>⇒ Lectura y escritura para anotación de pedidos y llenado de formularios con caligrafía legible.</p> <p>⇒ Comunicación oral y articulada, con empleo de gramática y vocabulario adecuados.</p> <p>⇒ Trabajo en equipo.</p> <p>⇒ Interpretación de lenguaje corporal, en particular, gestual.</p> <p>⇒ Capacidad para transportar pequeños pesos y permanecer de pie o andando durante la jornada de trabajo.</p> <p>3. Actitudes</p> <p>⇒ Detallista.</p> <p>⇒ Confiable.</p> <p>⇒ Equilibrado emocionalmente.</p>
Requisitos	<p>Académicos</p> <p>⇒ Título de bachiller.</p> <p>⇒ Licenciatura en carrera determinada.</p> <p>⇒ Hablar y escribir en inglés.</p> <p>Experiencia laboral: mínimo 1 año de experiencia.</p>

⇒ **Recreación**

Cargo: Ayudante/auxiliar de servicios en general	
Descripción del cargo	<p>Es el profesional responsable de custodiar las áreas recreativas, así como de la vigilancia del acceso al hotel y de la operativa de distribución de los equipajes de los clientes.</p> <p>Se encarga de orientar el cliente en las actividades externas de la hostería.</p>
Funciones	<p>⇒ Vigila los accesos del establecimiento controlando el tránsito de personas, bienes y actividades.</p> <p>⇒ Gestiona el porte y la distribución de los equipajes.</p>

	<p>⇒ En ocasiones, puede recibir a los huéspedes y acompañarlos a sus habitaciones.</p> <p>⇒ Custodia y entrega las llaves o tarjetas de acceso a las habitaciones.</p> <p>⇒ Controla la consigna y la caja de seguridad del hotel.</p> <p>⇒ Se puede encargar de la distribución de la correspondencia y del servicio de paquetería.</p> <p>⇒ Controla el movimiento de vehículos y la disponibilidad de plazas.</p> <p>⇒ Informa a los clientes sobre los servicios del establecimiento y realiza las reservas de algunos servicios externos</p> <p>⇒ Atiende algunos encargos de los clientes.</p> <p>⇒ Recibe las impresiones, sugerencias y reclamaciones de los clientes y las transmite a los responsables de cada departamento con el fin de mejorar la calidad en el servicio.</p>
Características	<p>1. Conocimientos</p> <p>⇒ Formación específica en el área de atención al cliente.</p> <p>⇒ Cuidar la presencia física y el aseo personal.</p> <p>⇒ Poseer dotes de comunicación y habilidades sociales.</p> <p>2. Habilidades</p> <p>⇒ Cumplimiento de instrucciones orales o escritas específicas, frecuentemente con una rutina simple.</p> <p>⇒ Realizar tareas repetitivas, frecuentemente de la misma manera.</p> <p>⇒ Capacidad para ayudar a los huéspedes a levantar y cargar sus pertenencias.</p> <p>3. Actitudes</p> <p>⇒ Práctico.</p> <p>⇒ Equilibrado.</p> <p>⇒ Atento.</p> <p>⇒ Activo.</p> <p>⇒ Amable.</p>
Requisitos	<p>Académicos</p> <p>⇒ Título de bachiller.</p> <p>⇒ Licenciatura en carreras determinadas.</p> <p>⇒ Hablar y escribir en inglés.</p> <p>Experiencia laboral: Mínimo 1 año de experiencia.</p>

5) Mantenimiento

⇒ Mantenimiento

Cargo: Encargado de mantenimiento	
Descripción del cargo	El encargado de mantenimiento se ocupa, principalmente, de verificar, dar mantenimiento y solucionar problemas de equipo, mobiliario e instalaciones; prestar ayuda en la instalación de equipos de uso temporal y evaluar el servicio de mantenimiento encomendado.
Funciones	<ul style="list-style-type: none">⇒ Diagnosticar el servicio a ser ejecutado.⇒ Reparar fallas eléctricas.⇒ Reparar fallas hidráulicas.⇒ Reparar fallas mecánicas.⇒ Reparar fallas telefónicas.⇒ Hacer reparaciones prediales.⇒ Hacer instalaciones provisionales.⇒ Manejar y controlar existencia (stock) de materiales del área de mantenimiento.⇒ Cuidar del área de trabajo.⇒ Operar equipos.⇒ Participar en programas de mantenimiento.⇒ Aplicar procedimientos de seguridad industrial.⇒ Actuar en emergencias.⇒ Actuar como nexo entre las áreas de mantenimiento y ama de llaves.⇒ Cuidar la apariencia personal.⇒ Apoyar al equipo humano de trabajo.
Características	1) Conocimientos <ul style="list-style-type: none">⇒ Técnicas de diagnóstico y reparación de aparatos electrónicos, eléctricos, mecánicos e hidráulicos.⇒ Herramientas y suministros de uso común en electricidad y en mecánica básica.⇒ Requisitos de higiene y seguridad en el trabajo.

	<p>⇒ Operación y mecanismo de ajuste de los equipos y aparatos de uso más común en las habitaciones.</p> <p>⇒ Conocimientos básicos de plomería, carpintería albañilería y pintura.</p> <p>⇒ Funciones generales de cada área de la hostería.</p> <p>2) Habilidades</p> <p>⇒ Cálculo de las cuatro operaciones aritméticas.</p> <p>⇒ Lectura y escritura para el registro de novedades simples.</p> <p>⇒ Comunicación clara de manera escrita y oral.</p> <p>⇒ Rapidez en la toma de decisiones en momentos de presión de tiempo o trabajo.</p> <p>⇒ Improvisar y encontrar soluciones optimizando los recursos que se tienen disponibles.</p> <p>⇒ Identificar los detalles de roturas o características en objetos y piezas.</p> <p>⇒ Diagnosticar ruidos que indiquen defectos.</p> <p>⇒ Coordinación motora con los dedos y las manos, firmeza para manipular objetos.</p> <p>3) Actitudes</p> <p>⇒ Práctico.</p> <p>⇒ Equilibrado.</p> <p>⇒ Atento.</p> <p>⇒ Previsor.</p> <p>⇒ Activo.</p> <p>⇒ Perseverante.</p>
Requisitos	<p>Académicos</p> <p>⇒ Título de bachiller.</p> <p>⇒ Tecnólogo en electromecánica.</p> <p>Experiencia laboral: Mínimo 1 año de experiencia.</p>

4.3.2.7 Servicios

SERVICIO 1 ALOJAMIENTO	<p>El alojamiento se brindará en cabañas construidas con madera, con capacidad para 30 personas distribuidas en las siguientes habitaciones;</p> <ul style="list-style-type: none"> • 4 Habitación matrimonial: (2 personas por habitación total
---	--

	<p>8) Las habitaciones estará equipada con una cama Quenn (2 ½ plaza), 1 edredón, 1 velador, 1 perchero, ventilador El baño contará con amenities que incluyen jabón, shampo, papel higiénico, toalla de baño o cuerpo, toalla de mano, ducha, lavamanos, espejo y basurero.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 4 Habitación doble: (2 personas por habitación total 8) La habitación estará equipada con 2 camas simples (11/2 cada cama), velador, perchero, ventilador. El baño contará con amenities que incluyen jabón, shampo, papel higiénico, 2 toallas de baño o cuerpo, toalla de mano, ducha, lavamanos, espejo y basurero. • 2 Habitación (5 persona por habitación total 10).- Equipadas con un dormitorio, con dos literas (1 ½ cada cama), y una cama de 1 plaza ½, velador, perchero, ventilador. El baño contará con amenities que incluyen jabón, shampo, papel higiénico, 6 toallas de baño o cuerpo, toalla de mano, ducha, lavamanos, espejo y basurero. <p>Existe un baño ecológico para uso general.</p>
SERVICIO 2 ALIMENTACIÓN	<p>Área destinada para otorgar el servicio de alimentación al huésped, donde se entregará el servicio de las 3 comidas, utilizaran producto de la zona.</p>
SERVICIO 3 PAQUETES TURÍSTICOS	<p>PAQUETE 1</p> <p>Dos días, una noche Incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desayuno, almuerzo y merienda • Visita a las montañas de Puñay • Visita a la Cascada de Angas conociendo la flora y fauna de la comunidad • Refrigerio (humas o sanduche con café y una fruta de la zona) • Visita al Rio Angas, • Fogata de integración incluye 1 vaso de canelazo • Alojamiento • Uso de las canchas deportivas • Cabalgata a caballo <p>PAQUETE 2</p> <p>Un día Incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visita a la Cascada de Angas conociendo la flora y fauna de la comunidad • Almuerzo • Uso de las canchas deportivas • Cabalgata a caballo

4.4 ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

4.4.1 Presupuesto de inversiones

Son aquellos desembolsos de recursos financieros que se necesitan efectuar para el funcionamiento de la empresa, tales como: adquirir bienes e instrumentos de producción que la empresa utiliza durante varios años para cumplir su objetivo social.

4.4.1.1 Inversiones fijas

Constituye una salida de dinero para la adquisición de bienes tangibles (terrenos, muebles y enseres, maquinarias y equipos, las construcciones civiles etc.). Se adquieren para utilizarse durante su vida útil, con excepción del terreno, los otros activos fijos comprometidos van perdiendo valor a consecuencia de su uso y también por efecto de la obsolescencia, debido al desarrollo tecnológico, coste que se refleja en la depreciación.

Inversiones fijas tangibles

Tabla 21: Terreno

DESCRIPCIÓN	CANT	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Terreno 183m2	1	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
TOTAL			\$ 20.000,00

Elaborado por: Fanny Torres

Tabla 22: Construcciones Civiles

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL
Recepción	\$ 2.000,00
Restaurante	\$ 5.000,00
Cocina	\$ 3.000,00
Sala de espera	\$ 1.000,00
Baños	\$ 1.500,00
8 habitaciones	\$ 6.000,00
Oficina	\$ 1.500,00
Bodega	\$ 500,00

Caminos	\$ 200,00
Estacionamiento	\$ 1.000,00
Área de recreación deportiva	\$ 1.500,00
Jardines	\$ 200,00
Áreas verdes	\$ 300,00
TOTAL	\$ 23.700,00

Elaborado por: Fanny Torres

Tabla 23: Equipo de oficina

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Mostrador	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Teléfono	3	\$ 80,00	\$ 240,00
Fax	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Escritorio	3	\$ 120,00	\$ 360,00
Silla	6	\$ 30,00	\$ 180,00
TOTAL			\$ 1.330,00

Elaborado por: Fanny Torres

Tabla 24: Equipo para 4 habitaciones matrimoniales

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Camas de 2 1/2 plazas	4	\$ 130,00	\$ 520,00
Colchón de 2 1/2 plazas	4	\$ 60,00	\$ 240,00
Lámparas de mesa	4	\$ 5,00	\$ 20,00
Velador	4	\$ 70,00	\$ 280,00
Perchero	4	\$ 70,00	\$ 280,00
Televisor	4	\$ 150,00	\$ 600,00
			\$ 1.940,00

Elaborado por: Fanny Torres

Tabla 25: Equipo para 2 habitaciones dobles

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Camas de 1 1/2 plazas	4	\$ 80,00	\$ 320,00
Colchón de 1 1/2 plazas	4	\$ 40,00	\$ 160,00
Lámparas de mesa	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Velador	2	\$ 70,00	\$ 140,00
Perchero	2	\$ 70,00	\$ 140,00
Televisor	2	\$ 150,00	\$ 300,00
TOTAL			\$ 1.070,00

Elaborado por: Fanny Torres

Tabla 26: Equipo para 2 habitaciones familiares

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Camas de 1 1/2 plazas	2	\$ 80,00	\$ 160,00
Camas literas de 1 1/2 plaza	8	\$ 119,00	\$ 952,00
Colchón de 1 1/2 plazas	2	\$ 40,00	\$ 80,00
Colchón para literas	8	\$ 40,00	\$ 320,00
Lámparas de mesa	4	\$ 5,00	\$ 20,00
Velador	4	\$ 70,00	\$ 280,00
Perchero	4	\$ 70,00	\$ 280,00
Televisor	2	\$ 150,00	\$ 300,00
			\$ 2.392,00

Elaborado por: Fanny Torres

Tabla 27: Equipo de limpieza

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Aspiradora	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Lavadora	1	\$ 800,00	\$ 800,00
TOTAL			\$ 1050,00

Elaborado por: Fanny Torres

Tabla 28: Equipo para restaurante

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Mesa para 4 personas	5	\$ 15,00	\$ 75,00
Mesa para 6 personas	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Sillas	32	\$ 4,00	\$ 128,00
Televisión	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Cuadros	5	\$ 2,00	\$ 10,00
TOTAL			\$ 763,00

Elaborado por: Fanny Torres

Tabla 29; Equipo de cocina

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cocina industrial con cuatro quemadores	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Horno de 3 latas industrial	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Plancha eléctrica	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Ollas	20	\$ 15,00	\$ 300,00
Sartenes	12	\$ 10,00	\$ 120,00
Refrigeradora	1	\$ 900,00	\$ 900,00
Licuada industrial	1	\$ 120,00	\$ 120,00

Batidora industrial	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Campana de extracción	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Motor para campana	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Metro de ducto	5	\$ 40,00	\$ 200,00
Congelador industrial	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Tanque de gas	3	\$ 40,00	\$ 120,00
Menaje de cocina	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Vajilla	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Cubiertos de 60 piezas	3	\$ 100,00	\$ 100,00
Menaje de servicio	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Cristalería	1	\$ 200,00	\$ 200,00
TOTAL			\$ 5.740,00

Elaborado por: Fanny Torres

Tabla 30: Equipo de cómputo

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computadora + impreso escáner	3	\$ 8.000,00	\$ 24.000,00
TOTAL			\$ 24.000,00

Elaborado por: Fanny Torres

Tabla 31: Equipo de seguridad

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Sistema de alarma	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Extintores	2	\$ 30,00	\$ 60,00
TOTAL	2		\$ 260,00

Elaborado por: Fanny Torres

Tabla 32: Vehículos

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Camioneta	1	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00
TOTAL			\$ 14.000,00

Elaborado por: Fanny Torres

Depreciaciones

DESCRIPCIÓN	VALOR	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Construcciones civiles	\$ 23.700,00	\$ 1.185,00	\$ 1.185,00	\$ 1.185,00	\$ 1.185,00	\$ 1.185,00
Equipo de oficina	\$ 1.330,00	\$ 133,00	\$ 133,00	\$ 133,00	\$ 133,00	\$ 133,00
Equipo para 4 habitaciones matrimoniales	\$ 1.940,00	\$ 194,00	\$ 194,00	\$ 194,00	\$ 194,00	\$ 194,00
Equipo para 2 habitaciones dobles	\$ 1.070,00	\$ 107,00	\$ 107,00	\$ 107,00	\$ 107,00	\$ 107,00
Equipo para 2 habitaciones familiares	\$ 2.392,00	\$ 239,20	\$ 239,20	\$ 239,20	\$ 239,20	\$ 239,20
Accesorios para dormitorios	\$ 1.036,00	\$ 103,60	\$ 103,60	\$ 103,60	\$ 103,60	\$ 103,60
Equipo de limpieza	\$ 1.050,00	\$ 105,00	\$ 105,00	\$ 105,00	\$ 105,00	\$ 105,00
Equipo para restaurante	\$ 763,00	\$ 76,30	\$ 76,30	\$ 76,30	\$ 76,30	\$ 76,30
Equipo de cocina	\$ 5.740,00	\$ 574,00	\$ 574,00	\$ 574,00	\$ 574,00	\$ 574,00
Equipo de computo	\$ 24.000,00	\$ 7.999,20	\$ 7.999,20	\$ 7.999,20		
Equipo de seguridad	\$ 260,00	\$ 26,00	\$ 26,00	\$ 26,00	\$ 26,00	\$ 26,00
Vehículo	\$ 14.000,00	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00
TOTAL	\$ 77.281,00	\$ 13.542,30	\$ 13.542,30	\$ 13.542,30	\$ 5.543,10	\$ 5.543,10

Elaborado por: Fanny Torres

4.4.1.2 Inversiones Diferidas

Constituida fundamentalmente por bienes intangibles que son servicios o derechos adquiridos durante la fase previa a la operación del proyectos. Por ejemplo: pago por el uso de marca y patentes, gastos capacitación, organización etc.

Los activos intangibles son susceptibles de amortización, es decir es una cuota fija imputable en cinco años.

Tabla 33: Gastos de constitución

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL
Permisos	\$ 500,00
Diseño de planos	\$ 300,00
Trámites complementarios	\$ 45,00
TOTAL	\$ 845,00

Elaborado por: Fanny Torres

4.4.1.2.1 Amortización

La amortización es un término económico y contable, referido al proceso de distribución en el tiempo de un valor duradero. Adicionalmente se utiliza como sinónimo de depreciación en cualquier de sus métodos.

Tabla 34 Amortización gasto constitución

AMORTIZACION	AÑO 0	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Gastos constitución	\$ 845,00					
		\$ 33,80	\$ 33,80	\$ 33,80	\$ 33,80	\$ 33,80

Elaborado por: Fanny Torres

4.4.1.3 Capital de trabajo

El capital de trabajo se considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos, activos corrientes. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios).

Tabla 35: Capital de trabajo

DETALLE	MENSUAL	2 MESES
MATERIA PRIMA DIRECTA	\$ 86,33	\$ 172,67
MATERIA PRIMA INDIRECTA	\$ 6,25	\$ 12,50
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 2.362,06	\$ 4.724,12
OTROS COSTOS DE FABRICACION	\$ 320,00	\$ 640,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 2.253,85	\$ 4.507,70
TOTAL	\$ 5.028,49	\$ 10.056,98

Elaborado por: Fanny Torres

El capital de trabajo de trabajo es por **\$10.056,98** que es el valor mínimo que necesita la empresa para cumplir con sus acciones básicas sin ningún inconveniente por un periodo de dos meses, antes de los primeros ingresos.

Resumen de inversiones y financiamiento

En el resumen de inversiones podemos ver que el proyecto necesita para comenzar a operar, valor que requiere financiamiento a través de una inversión directa y de terceros.

Tabla 36; Cuadro de inversiones

Activos Fijos		
Terreno	\$ 20.000,00	
Construcciones civiles	\$ 23.700,00	
Equipo de oficina	\$ 1.330,00	
Equipo para 4 habitaciones matrimoniales	\$ 1.940,00	
Equipo para 2 habitaciones dobles	\$ 1.070,00	
Equipo para 2 habitaciones familiares	\$ 2.392,00	
Equipo de limpieza	\$ 1.050,00	
Equipo para restaurante	\$ 763,00	
Equipo de cocina	\$ 5.740,00	
Equipo de computo	\$ 24.000,00	
Equipo de seguridad	\$ 260,00	
Vehículo	\$ 14.000,00	
Total inversión activos fijos		\$ 96.245,00
Activos diferidos		
Gastos de constitución	\$ 845,00	
Total inversión activos fijos		\$ 845,00
Capital de trabajo	\$ 10.056,98	
Total capital de trabajo		\$ 10.056,98
TOTAL INVERSIONES		\$ 107.146,98
APORTE SOCIOS	40%	\$ 42.858,79
FINANCIAMIENTO	60%	\$ 64.288,19
TOTAL	100%	\$ 107.146,98

Elaborado por: Fanny Torres

CAPITAL	CAPITAL	INTERÉS	CUOTA	SALDO	Pago (cuota)
	ACUMULADO		NOMINAL		
\$ 535,73	\$ 535,73	\$ 803,60	\$ 1.339,34	\$ 63.752,45	1
\$ 535,73	\$ 1.071,47	\$ 796,91	\$ 1.332,64	\$ 63.216,72	2
\$ 535,73	\$ 1.607,20	\$ 790,21	\$ 1.325,94	\$ 62.680,98	3
\$ 535,73	\$ 2.142,94	\$ 783,51	\$ 1.319,25	\$ 62.145,25	4
\$ 535,73	\$ 2.678,67	\$ 776,82	\$ 1.312,55	\$ 61.609,51	5
\$ 535,73	\$ 3.214,41	\$ 770,12	\$ 1.305,85	\$ 61.073,78	6
\$ 535,73	\$ 3.750,14	\$ 763,42	\$ 1.299,16	\$ 60.538,04	7
\$ 535,73	\$ 4.285,88	\$ 756,73	\$ 1.292,46	\$ 60.002,31	8
\$ 535,73	\$ 4.821,61	\$ 750,03	\$ 1.285,76	\$ 59.466,57	9
\$ 535,73	\$ 5.357,35	\$ 743,33	\$ 1.279,07	\$ 58.930,84	10
\$ 535,73	\$ 5.893,08	\$ 736,64	\$ 1.272,37	\$ 58.395,10	11
\$ 535,73	\$ 6.428,82	\$ 729,94	\$ 1.265,67	\$ 57.859,37	12
\$ 535,73	\$ 6.964,55	\$ 723,24	\$ 1.258,98	\$ 57.323,63	13
\$ 535,73	\$ 7.500,29	\$ 716,55	\$ 1.252,28	\$ 56.787,90	14
\$ 535,73	\$ 8.036,02	\$ 709,85	\$ 1.245,58	\$ 56.252,16	15
\$ 535,73	\$ 8.571,76	\$ 703,15	\$ 1.238,89	\$ 55.716,43	16
\$ 535,73	\$ 9.107,49	\$ 696,46	\$ 1.232,19	\$ 55.180,69	17
\$ 535,73	\$ 9.643,23	\$ 689,76	\$ 1.225,49	\$ 54.644,96	18
\$ 535,73	\$ 10.178,96	\$ 683,06	\$ 1.218,80	\$ 54.109,22	19
\$ 535,73	\$ 10.714,70	\$ 676,37	\$ 1.212,10	\$ 53.573,49	20
\$ 535,73	\$ 11.250,43	\$ 669,67	\$ 1.205,40	\$ 53.037,75	21
\$ 535,73	\$ 11.786,17	\$ 662,97	\$ 1.198,71	\$ 52.502,02	22
\$ 535,73	\$ 12.321,90	\$ 656,28	\$ 1.192,01	\$ 51.966,28	23
\$ 535,73	\$ 12.857,64	\$ 649,58	\$ 1.185,31	\$ 51.430,55	24
\$ 535,73	\$ 13.393,37	\$ 642,88	\$ 1.178,62	\$ 50.894,81	25
\$ 535,73	\$ 13.929,11	\$ 636,19	\$ 1.171,92	\$ 50.359,08	26
\$ 535,73	\$ 14.464,84	\$ 629,49	\$ 1.165,22	\$ 49.823,35	27
\$ 535,73	\$ 15.000,58	\$ 622,79	\$ 1.158,53	\$ 49.287,61	28
\$ 535,73	\$ 15.536,31	\$ 616,10	\$ 1.151,83	\$ 48.751,88	29
\$ 535,73	\$ 16.072,05	\$ 609,40	\$ 1.145,13	\$ 48.216,14	30
\$ 535,73	\$ 16.607,78	\$ 602,70	\$ 1.138,44	\$ 47.680,41	31
\$ 535,73	\$ 17.143,52	\$ 596,01	\$ 1.131,74	\$ 47.144,67	32
\$ 535,73	\$ 17.679,25	\$ 589,31	\$ 1.125,04	\$ 46.608,94	33
\$ 535,73	\$ 18.214,99	\$ 582,61	\$ 1.118,35	\$ 46.073,20	34
\$ 535,73	\$ 18.750,72	\$ 575,92	\$ 1.111,65	\$ 45.537,47	35
\$ 535,73	\$ 19.286,46	\$ 569,22	\$ 1.104,95	\$ 45.001,73	36
\$ 535,73	\$ 19.822,19	\$ 562,52	\$ 1.098,26	\$ 44.466,00	37
\$ 535,73	\$ 20.357,93	\$ 555,82	\$ 1.091,56	\$ 43.930,26	38
\$ 535,73	\$ 20.893,66	\$ 549,13	\$ 1.084,86	\$ 43.394,53	39
\$ 535,73	\$ 21.429,40	\$ 542,43	\$ 1.078,17	\$ 42.858,79	40
\$ 535,73	\$ 21.965,13	\$ 535,73	\$ 1.071,47	\$ 42.323,06	41
\$ 535,73	\$ 22.500,87	\$ 529,04	\$ 1.064,77	\$ 41.787,32	42

\$ 535,73	\$ 23.036,60	\$ 522,34	\$ 1.058,08	\$ 41.251,59	43
\$ 535,73	\$ 23.572,34	\$ 515,64	\$ 1.051,38	\$ 40.715,85	44
\$ 535,73	\$ 24.108,07	\$ 508,95	\$ 1.044,68	\$ 40.180,12	45
\$ 535,73	\$ 24.643,81	\$ 502,25	\$ 1.037,99	\$ 39.644,38	46
\$ 535,73	\$ 25.179,54	\$ 495,55	\$ 1.031,29	\$ 39.108,65	47
\$ 535,73	\$ 25.715,27	\$ 488,86	\$ 1.024,59	\$ 38.572,91	48
\$ 535,73	\$ 26.251,01	\$ 482,16	\$ 1.017,90	\$ 38.037,18	49
\$ 535,73	\$ 26.786,74	\$ 475,46	\$ 1.011,20	\$ 37.501,44	50
\$ 535,73	\$ 27.322,48	\$ 468,77	\$ 1.004,50	\$ 36.965,71	51
\$ 535,73	\$ 27.858,21	\$ 462,07	\$ 997,81	\$ 36.429,97	52
\$ 535,73	\$ 28.393,95	\$ 455,37	\$ 991,11	\$ 35.894,24	53
\$ 535,73	\$ 28.929,68	\$ 448,68	\$ 984,41	\$ 35.358,50	54
\$ 535,73	\$ 29.465,42	\$ 441,98	\$ 977,72	\$ 34.822,77	55
\$ 535,73	\$ 30.001,15	\$ 435,28	\$ 971,02	\$ 34.287,03	56
\$ 535,73	\$ 30.536,89	\$ 428,59	\$ 964,32	\$ 33.751,30	57
\$ 535,73	\$ 31.072,62	\$ 421,89	\$ 957,63	\$ 33.215,56	58
\$ 535,73	\$ 31.608,36	\$ 415,19	\$ 950,93	\$ 32.679,83	59
\$ 535,73	\$ 32.144,09	\$ 408,50	\$ 944,23	\$ 32.144,09	60
\$ 535,73	\$ 32.679,83	\$ 401,80	\$ 937,54	\$ 31.608,36	61
\$ 535,73	\$ 33.215,56	\$ 395,10	\$ 930,84	\$ 31.072,62	62
\$ 535,73	\$ 33.751,30	\$ 388,41	\$ 924,14	\$ 30.536,89	63
\$ 535,73	\$ 34.287,03	\$ 381,71	\$ 917,45	\$ 30.001,15	64
\$ 535,73	\$ 34.822,77	\$ 375,01	\$ 910,75	\$ 29.465,42	65
\$ 535,73	\$ 35.358,50	\$ 368,32	\$ 904,05	\$ 28.929,68	66
\$ 535,73	\$ 35.894,24	\$ 361,62	\$ 897,36	\$ 28.393,95	67
\$ 535,73	\$ 36.429,97	\$ 354,92	\$ 890,66	\$ 27.858,21	68
\$ 535,73	\$ 36.965,71	\$ 348,23	\$ 883,96	\$ 27.322,48	69
\$ 535,73	\$ 37.501,44	\$ 341,53	\$ 877,27	\$ 26.786,74	70
\$ 535,73	\$ 38.037,18	\$ 334,83	\$ 870,57	\$ 26.251,01	71
\$ 535,73	\$ 38.572,91	\$ 328,14	\$ 863,87	\$ 25.715,27	72
\$ 535,73	\$ 39.108,65	\$ 321,44	\$ 857,18	\$ 25.179,54	73
\$ 535,73	\$ 39.644,38	\$ 314,74	\$ 850,48	\$ 24.643,81	74
\$ 535,73	\$ 40.180,12	\$ 308,05	\$ 843,78	\$ 24.108,07	75
\$ 535,73	\$ 40.715,85	\$ 301,35	\$ 837,09	\$ 23.572,34	76
\$ 535,73	\$ 41.251,59	\$ 294,65	\$ 830,39	\$ 23.036,60	77
\$ 535,73	\$ 41.787,32	\$ 287,96	\$ 823,69	\$ 22.500,87	78
\$ 535,73	\$ 42.323,06	\$ 281,26	\$ 817,00	\$ 21.965,13	79
\$ 535,73	\$ 42.858,79	\$ 274,56	\$ 810,30	\$ 21.429,40	80
\$ 535,73	\$ 43.394,53	\$ 267,87	\$ 803,60	\$ 20.893,66	81
\$ 535,73	\$ 43.930,26	\$ 261,17	\$ 796,91	\$ 20.357,93	82
\$ 535,73	\$ 44.466,00	\$ 254,47	\$ 790,21	\$ 19.822,19	83
\$ 535,73	\$ 45.001,73	\$ 247,78	\$ 783,51	\$ 19.286,46	84
\$ 535,73	\$ 45.537,47	\$ 241,08	\$ 776,82	\$ 18.750,72	85
\$ 535,73	\$ 46.073,20	\$ 234,38	\$ 770,12	\$ 18.214,99	86

\$ 535,73	\$ 46.608,94	\$ 227,69	\$ 763,42	\$ 17.679,25	87
\$ 535,73	\$ 47.144,67	\$ 220,99	\$ 756,73	\$ 17.143,52	88
\$ 535,73	\$ 47.680,41	\$ 214,29	\$ 750,03	\$ 16.607,78	89
\$ 535,73	\$ 48.216,14	\$ 207,60	\$ 743,33	\$ 16.072,05	90
\$ 535,73	\$ 48.751,88	\$ 200,90	\$ 736,64	\$ 15.536,31	91
\$ 535,73	\$ 49.287,61	\$ 194,20	\$ 729,94	\$ 15.000,58	92
\$ 535,73	\$ 49.823,35	\$ 187,51	\$ 723,24	\$ 14.464,84	93
\$ 535,73	\$ 50.359,08	\$ 180,81	\$ 716,55	\$ 13.929,11	94
\$ 535,73	\$ 50.894,81	\$ 174,11	\$ 709,85	\$ 13.393,37	95
\$ 535,73	\$ 51.430,55	\$ 167,42	\$ 703,15	\$ 12.857,64	96
\$ 535,73	\$ 51.966,28	\$ 160,72	\$ 696,46	\$ 12.321,90	97
\$ 535,73	\$ 52.502,02	\$ 154,02	\$ 689,76	\$ 11.786,17	98
\$ 535,73	\$ 53.037,75	\$ 147,33	\$ 683,06	\$ 11.250,43	99
\$ 535,73	\$ 53.573,49	\$ 140,63	\$ 676,37	\$ 10.714,70	100
\$ 535,73	\$ 54.109,22	\$ 133,93	\$ 669,67	\$ 10.178,96	101
\$ 535,73	\$ 54.644,96	\$ 127,24	\$ 662,97	\$ 9.643,23	102
\$ 535,73	\$ 55.180,69	\$ 120,54	\$ 656,28	\$ 9.107,49	103
\$ 535,73	\$ 55.716,43	\$ 113,84	\$ 649,58	\$ 8.571,76	104
\$ 535,73	\$ 56.252,16	\$ 107,15	\$ 642,88	\$ 8.036,02	105
\$ 535,73	\$ 56.787,90	\$ 100,45	\$ 636,19	\$ 7.500,29	106
\$ 535,73	\$ 57.323,63	\$ 93,75	\$ 629,49	\$ 6.964,55	107
\$ 535,73	\$ 57.859,37	\$ 87,06	\$ 622,79	\$ 6.428,82	108
\$ 535,73	\$ 58.395,10	\$ 80,36	\$ 616,10	\$ 5.893,08	109
\$ 535,73	\$ 58.930,84	\$ 73,66	\$ 609,40	\$ 5.357,35	110
\$ 535,73	\$ 59.466,57	\$ 66,97	\$ 602,70	\$ 4.821,61	111
\$ 535,73	\$ 60.002,31	\$ 60,27	\$ 596,01	\$ 4.285,88	112
\$ 535,73	\$ 60.538,04	\$ 53,57	\$ 589,31	\$ 3.750,14	113
\$ 535,73	\$ 61.073,78	\$ 46,88	\$ 582,61	\$ 3.214,41	114
\$ 535,73	\$ 61.609,51	\$ 40,18	\$ 575,92	\$ 2.678,67	115
\$ 535,73	\$ 62.145,25	\$ 33,48	\$ 569,22	\$ 2.142,94	116
\$ 535,73	\$ 62.680,98	\$ 26,79	\$ 562,52	\$ 1.607,20	117
\$ 535,73	\$ 63.216,72	\$ 20,09	\$ 555,82	\$ 1.071,47	118
\$ 535,73	\$ 63.752,45	\$ 13,39	\$ 549,13	\$ 535,73	119
\$ 535,73	\$ 64.288,19	\$ 6,70	\$ 542,43	\$ 0,00	120

El presente proyecto contará con el apoyo del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Huigra quien contribuye con una importante inversión en construcción de infraestructura turística y el equipamiento respectivo.

Se pretende buscar apoyo de otras identidades como el Ministerio de Turismo y el Banco Nacional de Fomento con la Ejecución de un crédito productivo.

Tabla 37: Estructura del Financiamiento

APORTE SOCIOS	40%	\$ 42.858,79
FINANCIAMIENTO	60%	\$ 64.288,19
TOTAL	100%	\$ 107.146,98

Elaborado por: Fanny Torres

Los socios aportarán con el 40% de la inversión siendo un valor de \$42.858,79

Para el 60% restante se efectúa un crédito asociativo en el Banco Nacional de Fomento, crédito dirigido a organizaciones debidamente constituidas en el país. (BNF, 2016)

- **Monto** de \$64.288,19 con una tasa de interés del 15% (5% Convenio MAGAP y 10% Comercio y Servicio).
- **Garantía:** Hipotecaria
- **Destino:** Turismo

Tabla 38: Amortización crédito bancario

TABLA DE PAGOS (crédito de L/P)	
MONTO DE PRÉSTAMO	\$ 64.288,19
PLAZO EN AÑOS	10,00
INTERÉS	15,00%
FECHA, INICIO DE PLAZO	

Elaborado por: Fanny Torres

4.4.2 Costos de producción

Los costos de producción son aquellos que se vinculan directamente con el servicio brindado. Se clasifican en materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación.

4.4.2.1 Costos Directos

Tabla 39: Accesorios para las habitaciones

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Juego de sábanas 2 1/2 plazas	12	\$ 13,00	\$ 156,00
Juego de sábanas 1 1/2 plazas	12	\$ 12,00	\$ 144,00
Cobijas de 2 1/2 plazas	12	\$ 12,00	\$ 144,00
Cobijas de 1 1/2 plazas	12	\$ 12,00	\$ 144,00
Cubre camas de 2 1/2 plazas	12	\$ 5,00	\$ 60,00
Cubre camas de 1 1/2 plazas	12	\$ 6,00	\$ 72,00
Almohadas	12	\$ 2,00	\$ 24,00
Cortina de baño	12	\$ 12,00	\$ 144,00
Tachos de basura	8	\$ 5,00	\$ 40,00
Toallas	36	\$ 3,00	\$ 108,00
TOTAL			\$ 1.036,00

Elaborado por: Fanny Torres

4.4.2.2 Costos Indirecto

Tabla 40: Materia prima para preparación de alimentos

Materia prima	Cantidad anual	Unidad	Costo anual
Carne de res	1000	lb.	\$ 500,00
Carnes de cerdo	900	lb	\$ 300,00
Arroz	30	Quintales	\$ 1.500,00
Azúcar	40	Quintales	\$ 1.800,00
Sal	100	Fundas (2 kg)	\$ 50,00
Café	24	Frascos (200gr)	\$ 144,00
Chocolate	24	Frascos (440 gr)	\$ 20,00
Aceite	80	Botellas	\$ 560,00
Especies (orégano, pimienta, laurel, etc)	48	Fundas	\$ 20,00
Hierbas(menta, cedrón, manzanilla)	48	Cajas	\$ 20,00
Legumbres	720	lb	\$ 400,00
Vegetales	720	lb	\$ 200,00
Hortalizas	720	lb	\$ 180,00
Frutas	1 278	lb	\$ 800,00
Total			\$ 6.494,00

Elaborado por: Fanny Torres

Tabla 41: Mano de obra directa

CARGOS	Sueldo mensual	Sueldo anual	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	AP IESS	Sub total	IESS IND	Sub total	Fondo Reserva	TOTAL
Ama de llaves	\$ 371,97	\$ 4.463,64	\$ 371,97	\$ 366,00	\$ 542,33	\$ 5.743,94	\$ 417,35	\$ 5.326,59	\$ 371,82	\$ 5.698,41
Chef	\$ 369,40	\$ 4.432,80	\$ 369,40	\$ 366,00	\$ 538,59	\$ 5.706,79	\$ 414,47	\$ 5.292,32	\$ 369,25	\$ 5.661,57
Mesero Polivalente	\$ 369,40	\$ 4.432,80	\$ 369,40	\$ 366,00	\$ 538,59	\$ 5.706,79	\$ 414,47	\$ 5.292,32	\$ 369,25	\$ 5.661,57
Ayudante/ auxiliar de servicios en general	\$ 369,40	\$ 4.432,80	\$ 369,40	\$ 366,00	\$ 538,59	\$ 5.706,79	\$ 414,47	\$ 5.292,32	\$ 369,25	\$ 5.661,57
Encargado de mantenimiento	\$ 369,40	\$ 4.432,80	\$ 369,40	\$ 366,00	\$ 538,59	\$ 5.706,79	\$ 414,47	\$ 5.292,32	\$ 369,25	\$ 5.661,57
TOTAL	\$ 1.849,57	\$ 4.463,64	\$ 1.849,57	\$ 1.830,00	\$ 2.696,67	\$ 28.571,08	\$ 2.075,22	\$ 26.495,87	\$ 1.848,83	\$ 28.344,70

Elaborado por: Fanny Torres

4.4.2.2 Costos Indirectos

Tabla 42: Artículo de limpieza

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Escobas	3	\$ 1,50	\$ 4,50
Trapeadores	3	\$ 2,00	\$ 6,00
Galón de cloro	6	\$ 10,00	\$ 60,00
Jabones de tocador	50	\$ 0,20	\$ 10,00
Shampoo	50	\$ 0,15	\$ 7,50
Papel higiénico	48	\$ 0,40	\$ 19,20
Jabón liquido limpieza galones	6	\$ 20,00	\$ 120,00
Desinfectante de uso general galones	6	\$ 25,00	\$ 150,00
Cera	6	\$ 20,00	\$ 120,00
Desengrasante galones	6	\$ 23,00	\$ 138,00
TOTAL			\$ 635,20

Elaborado por: Fanny Torres

Tabla 43: Herramienta de mantenimiento

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Palas de jardín	2	\$ 6,00	\$ 12,00
Palas de jardín	2	\$ 6,00	\$ 12,00
Rastrillo	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Pico	2	\$ 10,00	\$ 20,00
Tachos de basura	5	\$ 5,00	\$ 25,00
TOTAL			\$ 75,00

Elaborado por: Fanny Torres

Tabla 44: Servicios Básicos

DETALLE	MENSUAL	ANUAL
Agua	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Energía eléctrica	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Teléfonos	\$ 20,00	\$ 240,00
TOTAL	\$ 270,00	\$ 3.240,00

Elaborado por: Fanny Torres

Tabla 45: Otros Gastos

DETALLE	MENSUAL	ANUAL
Combustible	\$ 10,00	\$ 120,00
Suministros	\$ 40,00	\$ 480,00
Total	\$ 50,00	\$ 600,00

Elaborado por: Fanny Torres

4.4.3 Gastos de administración

Estos gastos provienen de las actividades realizadas en la fase del funcionamiento administrativo de la Empresa y no pertenece al área de Producción. Contempla los sueldos y beneficios sociales del personal de los diferentes departamentos de la Empresa.

DETALLE	Sueldo mensual	Sueldo anual	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	AP IESS	Sub Total	IESS Ind	Sub Total	Fondo Reserva	Total
Gerente General	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 450,00	\$ 366,00	\$ 656,10	\$ 6.872,10	\$ 504,90	\$ 6.367,20	\$ 449,82	\$ 6.817,02
Mensajero	\$ 185,29	\$ 2.223,48	\$ 185,29	\$ 366,00	\$ 270,15	\$ 3.044,92	\$ 207,90	\$ 2.837,03	\$ 185,22	\$ 3.022,24
Recepcionista	\$ 373,65	\$ 4.483,80	\$ 373,65	\$ 366,00	\$ 544,78	\$ 5.768,23	\$ 419,24	\$ 5.349,00	\$ 373,50	\$ 5.722,50
Contadora	\$ 379,47	\$ 4.553,64	\$ 379,47	\$ 366,00	\$ 553,27	\$ 5.852,38	\$ 425,77	\$ 5.426,61	\$ 379,32	\$ 5.805,93
Guardia	\$ 370,58	\$ 4.446,96	\$ 370,58	\$ 366,00	\$ 540,31	\$ 5.723,85	\$ 415,79	\$ 5.308,05	\$ 370,43	\$ 5.678,49
TOTAL	\$ 1.758,99	\$ 21.107,88	\$ 1.758,99	\$ 1.830,00	\$ 2.564,61	\$ 27.261,48	\$ 1.973,59	\$ 25.287,89	\$ 1.758,29	\$ 27.046,18

Elaborado por: Fanny Torres

Tabla 46: Suministros de Oficina

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Resma de papel	10	\$ 4,00	\$ 40,00
Esferos Caja	1	\$ 12,00	\$ 12,00
Lápices caja	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Marcadores	6	\$ 0,80	\$ 4,80
Borradores	6	\$ 0,18	\$ 1,08
Cuaderno	3	\$ 1,50	\$ 4,50
Cuaderno contable	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Grapadora	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Perforadora	1	\$ 12,00	\$ 12,00
Tijeras	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Clips y grapas cajas	5	\$ 1,30	\$ 6,50
Cinta adhesiva	3	\$ 4,00	\$ 12,00
Capetas	20	\$ 0,20	\$ 4,00
			\$ 131,88

Elaborado por: Fanny Torres

4.4.4 Gasto de ventas

Son los relacionados con la preparación y almacenamiento de los artículos para la venta, la promoción de ventas, los gastos en que se incurre al realizar las ventas y, si no se tiene un departamento de reparto, también los gastos por este concepto.

Los originados por las ventas o que se hacen para el fomento de éstas, tales como: comisiones a agentes y sus gastos de viajes, costo de muestrarios y exposiciones, gastos de propaganda, servicios de correo, teléfono y telégrafo del área de ventas, etc.

Tabla 47: Gasto Publicidad

DETALLE	MENSUAL	ANUAL
Publicidad	\$ 70,00	\$ 840,00
Total	\$ 70,00	\$ 840,00

Elaborado por: Fanny Torres

4.4.5 Gastos financieros

Aquellos en los que incurre un sujeto económico para la obtención, uso o devolución de capitales financieros puestos a su disposición por terceras personas. Son todos aquellos gastos originados como consecuencia de financiarse una empresa con recursos ajenos.

Estos gastos corresponden a los valores reflejados en la tabla de amortizaciones del crédito bancario, en la siguiente tabla se describe el monto del capital más el interés que se debe cancelar por el crédito efectuado al Banco Nacional de Fomento.

Tabla 48: Gastos Financieros

AÑO	VALOR ANUAL
AÑO 1 Capital + Interés	\$ 14.936,14
AÑO 2 Capital + Interés	\$ 14.014,63
AÑO 3 Capital + Interés	\$ 13.093,12
AÑO 4 Capital + Interés	\$ 12.171,61
AÑO 5 Capital + Interés	\$ 11.250,10

Elaborado por: Fanny Torres

4.4.6 Ingresos del proyecto

Las Cabañas Ecológicas Angas brindan el servicio de alojamiento para los turistas nacionales y extranjeros que desean hospedarse en un lugar rodeado de la naturaleza, cuenta con 4 habitaciones matrimoniales, 4 habitaciones dobles y 2 habitaciones familiares.

Se pretende cubrir el 60% de la demanda insatisfecha, para lo cual se consideró la pregunta n° 6 de la encuesta donde se obtuvo que los turistas viajan en un 12% con su pareja, el 34% con amigos y el 54% con la familia, estos porcentajes se consideran para determinar la utilización de las habitaciones. El precio se ha establecido de acuerdo a la competencia situada en la parroquia Huigra y a la capacidad de pago de los turistas manifestada en la encuesta. La Cabaña ecológica ofrece servicios adicionales como; la de un guía turística, uso de las canchas deportivas y cabalgata de caballos.

Tabla 49: Ingreso por el servicio prestado

DESCRIPCIÓN	Pregunta n°6 encuesta (tipo de habitaciones)	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
		1	2	3	4	5
DEMANDA TURISTAS		1912	2103	2314	2545	2799
4 Habitación matrimonial (parejas)	12%	229	252	278	305	336
Precio Ajustado Inflación (2,60%)		\$ 49,00	\$ 50,27	\$ 51,58	\$ 52,92	\$ 54,30
sub total		\$ 11.243,12	\$ 12.688,99	\$ 14.320,79	\$ 16.162,44	\$ 18.240,93
4 Habitación doble	34%	650	715	787	865	952
Precio Ajustado Inflación (2,60%)		\$ 40,00	\$ 41,04	\$ 42,11	\$ 43,20	\$ 44,33
sub total		\$ 26.004,50	\$ 29.348,68	\$ 33.122,92	\$ 37.382,52	\$ 42.189,91
2 Habitación familiar	54%	1033	1136	1249	1374	1512
Precio Ajustado Inflación (2,60%)		\$ 85,00	\$ 87,21	\$ 89,48	\$ 91,80	\$ 94,28
sub total		\$ 87.765,18	\$ 99.051,78	\$ 111.789,84	\$ 126.166,01	\$ 142.529,74
Total ingresos	100%	\$ 125.012,80	\$ 141.089,44	\$ 159.233,54	\$ 179.710,98	\$ 202.960,59

Elaborado por: Fanny Torres

4.4.7 Estado de resultados

El estado de Resultados o Pérdidas y Ganancias, permitirán realizar un análisis adecuado de los costos y gastos en los que incurren durante un periodo de 5 años. A fin de poder compararlos con los periodos posteriores puesto que recién pone en marcha sus actividades.

Además indica cual ha sido el desempeño que ha tenido una organización durante un periodo determinado. Para realizar la proyección del estado de resultados tomamos en cuenta la inflación del 2,6% actual.

Al observar los resultados presentados a continuación en el Estado de Pérdidas y Ganancias; se establece que las utilidades netas se incrementan en el transcurso del tiempo, lo que indica que el proyecto es rentable y viable desde el inicio de sus operaciones.

Tabla 50: Estado de resultados

Ingresos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		\$ 125.012,80	\$ 141.089,44	\$ 159.233,54	\$ 179.710,98	\$ 202.960,59
Costos		\$ 40.424,90	\$ 44.467,39	\$ 48.914,12	\$ 53.805,54	\$ 59.186,09
utilidad bruta en ventas		\$ 84.587,90	\$ 96.622,06	\$ 110.319,42	\$ 125.905,44	\$ 143.774,50
Gastos Administrativos		\$ 27.178,06	\$ 29.895,86	\$ 32.885,45	\$ 36.173,99	\$ 39.791,39
Gasto Depreciación		\$ 13.542,30	\$ 13.542,30	\$ 13.542,30	\$ 5.543,10	\$ 5.543,10
Gasto de amortización por constitución		\$ 33,80	\$ 33,80	\$ 33,80	\$ 33,80	\$ 33,80
Gastos Financieros		\$ 15.630,07	\$ 14.665,74	\$ 13.701,42	\$ 12.737,10	\$ 11.772,77
Total Gastos		\$ 56.384,22	\$ 58.137,71	\$ 60.162,97	\$ 54.487,99	\$ 57.141,07
utilidad operacional		\$ 28.203,68	\$ 38.484,35	\$ 50.156,45	\$ 71.417,45	\$ 86.633,44
otros ingresos						
otros gastos		\$ 600,00	\$ 630,00	\$ 601,00	\$ 631,05	\$ 602,00
Utilidad antes de participación laboral		\$ 27.603,68	\$ 37.854,35	\$ 49.555,45	\$ 70.786,40	\$ 86.031,44
15% Participación laboral		\$ 4.140,55	\$ 5.678,15	\$ 7.433,32	\$ 10.617,96	\$ 12.904,72
Utilidad antes de impuestos		\$ 23.463,13	\$ 32.176,20	\$ 42.122,13	\$ 60.168,44	\$ 73.126,72
25% Impuesto a la Renta		\$ 5.865,78	\$ 8.044,05	\$ 10.530,53	\$ 15.042,11	\$ 18.281,68
Utilidad Neta		\$ 17.597,34	\$ 24.132,15	\$ 31.591,60	\$ 45.126,33	\$ 54.845,04

Elaborado por: Fanny Torres

4.4.8 Estado de flujo de efectivo

El estado de flujos de efectivo está incluido en los estados financieros básicos que deben preparar las empresas para cumplir con la normativa y reglamentos institucionales de cada país. Todas las empresas, independientemente de la actividad a que se dediquen, necesitan de información financiera confiable, una de ellas es la que proporciona el Estado de Flujos de Efectivo, el cual muestra los flujos de efectivo del período, es decir, las entradas y salidas de efectivo por actividades de operación, inversión y financiamiento, lo que servirá a la gerencia de las empresas para la toma de decisiones.

Tabla 51: Flujo de efectivo

	AÑO 0		AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5				
(+) Ingresos		\$	125.012,80		\$	141.089,44		\$	159.233,54		\$	179.710,98		\$	202.960,59
(-) Costos		\$	(40.424,90)		\$	(44.467,39)		\$	(48.914,12)		\$	(53.805,54)		\$	(59.186,09)
(-) Gastos		\$	(40.754,16)		\$	(43.471,96)		\$	(46.461,55)		\$	(41.750,89)		\$	(45.368,29)
Flujo operacional		\$	43.833,74		\$	53.150,09		\$	63.857,87		\$	84.154,55		\$	98.406,21
(-) Pago créditos		\$	15.630,07		\$	14.665,74		\$	13.701,42		\$	12.737,10		\$	11.772,77
(-) Pago impuestos		\$	5.865,78		\$	8.044,05		\$	10.530,53		\$	15.042,11		\$	18.281,68
(-) Pago Participación laboral		\$	4.140,55		\$	5.678,15		\$	7.433,32		\$	10.617,96		\$	12.904,72
(-) Otros egresos		\$	600,00		\$	630,00		\$	601,00		\$	631,05		\$	602,00
		\$	17.597,34		\$	24.132,15		\$	31.591,60		\$	45.126,33		\$	54.845,04
Variación de capital	107.146,98														
Necesidad de Capital de trabajo															
Variación de Capital de Trabajo															
flujo neto	\$	107.146,98	\$	17.597,34	\$	24.132,15	\$	31.591,60	\$	45.126,33	\$	54.845,04			

4.4.9 Análisis financiero

4.4.9.1 Valor actual neto

El Valor Actualizado Neto (VAN) es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión. Proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto, es decir expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas.

Siendo A = Desembolso inicial.

Q = Flujo neto de caja del año i.

K = Tipo de actualización o descuento.

$$VAN = -A + \frac{Q_1}{(1+K)} + \frac{Q_2}{(1+K)^2} + \dots + \frac{Q_N}{(1+K)^N} =$$

Tabla 52: Cálculo del VAN

CALCULO DEL VALOR ACTUAL NETO			
	TASA 10,17%	\$ (107.146,98)	INVERSIÓN
$\frac{17597,34}{(1 + 0,1017)^1} =$	$\frac{\$ 17.597,34}{1,10} =$		15972,90
$\frac{24132,15}{(1 + 0,1017)^2} =$	$\frac{\$ 24.132,15}{1,21} =$		19882,42
$\frac{31591,60}{(1 + 0,1017)^3} =$	$\frac{\$ 31.591,60}{1,34} =$		23625,53
$\frac{45126,33}{(1 + 0,1017)^4} =$	$\frac{\$ 45.126,33}{1,47} =$		30632,09
$\frac{54845,04}{(1 + 0,1017)^5} =$	$\frac{\$ 54.845,04}{1,62} =$		33792,52
	TOTAL		123905,47

VAN =	\$ (107.146,98)	123905,47
VAN =	\$ 16.758,49	

El presente proyecto arroja un VAN de \$16758,49 positiva lo que indica que la ejecución del proyecto de las Cabañas Ecológicas es rentable.

4.4.9.2 Tasa Interna de Retorno

Tabla 53: Calculo del TIR

$$TIR = Tm + (TM - Tm) \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

		TASA 8,05%	\$ (107.146,98)	INVERSIÓN
$\frac{17597,34}{1 / (1 + 0,0805)^1}$	=	\$ 17.597,34		16286,30
$\frac{24132,15}{1 / (1 + 0,0805)^2}$	=	\$ 24.132,15	=	20670,28
$\frac{31591,60}{1 / (1 + 0,0805)^3}$	=	\$ 31.591,60	=	25043,63
$\frac{45126,33}{1 / (1 + 0,0805)^4}$	=	\$ 45.126,33	=	33107,85
$\frac{54845,04}{1 / (1 + 0,0805)^5}$	=	\$ 54.845,04	=	37240,33
		TOTAL		132348,39

VAN =	\$ (107.146,98)	132348,39
VAN =	\$ 25.201,41	

$$TIR = Tm + (TM - Tm) \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$TIR = 8,05 + (10,17 - 8,05) \frac{25201,41}{25201,41 - 16758,49}$$

$$\mathbf{TIR = 14,38}$$

Las tasas internas de retorno se utilizan habitualmente para evaluar la conveniencia de las inversiones o proyectos. Cuanto mayor sea la tasa interna de retorno de un proyecto, más deseable será llevar a cabo el proyecto. Suponiendo que todos los demás factores iguales entre los diferentes proyectos, el proyecto de mayor TIR probablemente sería considerado el primer y mejor realizado.

La tasa interna de retorno calculada del 14,38%, significa que es mejor invertir el dinero en el proyecto que ponerlo a producir en una entidad financiera.

4.4.9.3 Factor Beneficio Costo

RAZÓN BENEFICIO / COSTO				
Ciclos	Ingresos	VAN Ingresos	Costos Gastos	VAN Egresos
		\$ 125.012,80		\$ 97.409,12
Año 1	\$ 125.012,80	\$ 113.472,63	\$ 97.409,12	\$ 88.417,10
Año 2	\$ 141.089,44	\$ 116.243,27	\$ 103.235,09	\$ 103.235,09
Año 3	\$ 159.233,54	\$ 119.081,56	\$ 109.678,09	\$ 82.021,90
Año 4	\$ 179.710,98	\$ 121.989,15	\$ 108.924,58	\$ 73.938,81
Año 5	\$ 202.960,59	\$ 125.053,25	\$ 116.929,16	\$ 72.045,37
	VAN Ingresos	\$ 720.852,66	VAN Egresos	\$ 517.067,40

$R\ B/C = \frac{VAN\ ingresos}{VAN\ egresos} = 1,39$
--

Se utiliza el análisis Costo-Beneficio, la medida de la contribución de un proyecto se establece, en términos de beneficio, que cualquiera puede acumular en algún momento y el costo en el cual se incurrirá. Un proyecto se puede justiciar únicamente si los costos son menores a los beneficios, es decir, si la relación beneficio-costos es mayor a 1.

Si la relación es mayor que 1 el proyecto es económicamente recomendable, si es igual a 1 no tiene utilidad y si la relación es menor que 1 no es recomendable.

El beneficio costo de la empresa es de \$1,39 que significa que por cada dólar que invierto en el proyecto se recuperan el dólar más un excedente de treinta y nueve centavos por lo que el proyecto es económicamente rentable.

CONCLUSIONES

- En conclusión se puede manifestar que el proyecto es rentable mediante el Reglamento de Alojamiento Turístico y el Reglamento de Actividades Turísticas establecidas en el país se pudo elaborar el estudio técnico y legal del presente proyecto.
- El segmento para el cual va dirigido son los turistas nacionales y extranjeros que visitan con frecuencia la parroquia Huigra y que buscan un lugar donde hospedarse en contacto con la naturaleza, la mayoría de ellos lo hacen con su pareja y otros con toda su familia.
- De acuerdo a la capacidad del terreno y a las necesidades de los posibles clientes, la Cabaña Ecológica Angas cuenta con 4 habitaciones matrimoniales, 2 habitación dobles, 2 habitaciones familiares cada una de ellas con un baño privado, equipos y accesorios necesarios para unas vacaciones cómodas y acogedoras. Incluye Desayuno, almuerzo y merienda, visita a lugares turísticos de la comunidad Angas, uso de las canchas deportivas y cabalgata a caballo.
- El análisis de los diferentes indicadores económicos y financieros permitió determinar que el proyecto es rentable ya que se obtuvo un VAN de \$16758,49 con un TIR de 14,38% lo que nos muestra que el proyecto es rentable, ya que el porcentaje obtenido es mayor a la tasa de interés que presentan las instituciones financieras. Mientras que la Relación Costo/ Beneficio es de \$1,39 dólares, es decir que por cada \$ 1,00 dólar de inversión se obtendrá \$0,39 centavos de dólar de ganancia.

RECOMENDACIONES

- Al momento de poner en marcha el proyecto de la construcción de la Cabaña Ecológicas Angas se debe considerar las políticas, normas y reglamentos que el país exige y que están detalladas en el presente trabajo.
- Satisfacer al segmento de mercado brindándoles la comodidad necesaria en cada una de las habitaciones y cumpliendo con las normas de seguridad respectivas, logrando contribuir con el desarrollo de la comunidad ANGAS explotando sus riquezas naturales.
- Cumplir estrictamente con el servicio ofertado utilizando materiales ecológicos para el cuidado y preservación del medio ambiente.
- Poner en marcha la ejecución del proyecto, considerando que genera ganancias y mejora la calidad de vida de las familias involucradas, así también se logra promocionar los lugares turísticos de la comunidad Angas generando ingresos económicos para el Cantón.

BIBLIOGRAFÍA

- Chamorro, A. (2015). Estudio de factibilidad para la implementación de un producto de turismo comunitario en la parroquia Valle Hermoso, cantón Santo Domingo, provincia Santo Domingo de los Tsachilas. Riobamba: ESPOCH.
- Erossa.V. (2010). Proyectos de inversión en ingeniería. Madrid: Limusa.
- Fernandez, S. (2010). Proyectos de inversión. Costa Rica: Editorial tecnomóica de Costa Rica.
- Gómez B, & López P. (2002). Regionalización turística del mundo. Barcelona: Univerdidad de Barcelona.
- Guzman, F. (2010). El estudio económico- financiero y la evaluacion en proyectos de la industria química. Bogota: Universidad Nacional de Colombia.
- Guzmán. F;. (2010). El estudio económico- Financiero y la evaluacion en el proyecto de la insdutria química. Bogota: Ingenieria Industrial.
- Hamilton. M; Pezo. A. (2010). Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados. Bogota: Quebecor World.
- Sapag, N. (2010). Proyectos de inversion formulacion de pyoyectos. Mexico: Pearson Educacion de México.
- Gobierno Autonomo Descentraliza Parroquial Rural Huigra, PDOT. (2015-2019). PDOT Huigra. Alausí: Equipo Encargado Sapag, N. (2010). Proyectos de inversion formulacion de pyoyectos. Mexico: Pearson Educacion de México.
- Larco S. (2015). Estudio de factibilidad para la implementación de un Complejo Ecoturístico en la Hacienda San Vicente, parroquia la Candelaria, cantón Penipe, provincia de Chimborazo. Riobamba: ESPOCH.
- Corporacion Estatal y Publicitaria .Ley del turismo. (2010). Quito :C.E.P.Ley del Turismo.. eSilec Profesional.
- Lira, P. (2013). Evaluación de proyectos de inversión. Lima: Universidad Peruana de Ciencia Aplicadas S.A.S.
- Lira. P. (2013). Evaluación de proyectos de inversión. Lima: YoPublico.
- Maldonado, et. al .,(2012). Elaboración De Un Plan Estratégico Para El Desarrollo Turístico Sostenible De La Parroquia Huigra. Riobamba: ESPOCH.

- Medina M. (2013). Estudio de factibilidad para la implementacion de un museo arqueológico en la parroquia matriz,cantón Alausí, Provincia de Chimborazo. Riobamba: ESPOCH.
- Meza.J. (2010). Evaluación financiera de proyectos. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Ministerio de Turismo. (2016). Reglamento de Alojamiento. Quito: Ediciones Legales.
- Nicolau J. (2012). El Precio De Los Productos Turísticos. Alicante: Universidad de Alicante.
- Orjuela, et al., & Sapag, N. (2010). Guía del estudio de mercado para la evaluacion de proyectos. Chile: Universidad de Chile .
- Pontón C. (2011). Estudio de factibilidad para la Implementación de un Restaurante en el Hotel Mashany de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. Riobamba: ESPOCH.
- PRO -ECUADOR. (2012). Análisis sectorial del turismo. Quito: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones.
- Quesada R. (2010). Elementos del Marketing. San José- Costa Rica: Ediciones EUNED.
- Samaniego P. (2011). Estudio de Dactibilidad para un proyecto turístico sostenible en la Comunidad Tunshi San Miguel, Cantón Chambo, Provincia de Chimborazo. Riobamba: ESPOCH.
- Vélez, I. (2010). Decisiones de inversión. Bogotá: Pontificia Universidad Jeveriana.
- Zúñiga. et al., (2010). Gestión de proyectos de conservacion y manejo de recursos naturales. Costa Rica: Universisas Estatal a Distancia.

WEB GRAFÍA

- BNF. (2016).
https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=357&Itemid=315&lang=es. Obtenido de
https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=357&Itemid=315&lang=es
- ILPES. (2010). Guía para la presentación de proyectos. Obtenido de
<https://books.google.es/books?id=344NPaC94TsC&pg=PA71&dq=estudio+de+mercado+de+un+proyecto&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjTjs7dtbrJAhUELhoKHc6bCj8Q6AEILzAA#v=onepage&q=estudio%20de%20mercado%20de%20un%20proyecto&f=true>
- OMT. (2016). <http://media.unwto.org/es/>. Obtenido de
<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- PDOT ALAUSÍ. (2010). <http://app.sni.gob.ec>. Obtenido de
http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/sigadplusdiagnostico/0660000440001_DIAGNOSTICO_16-03-2015_16-45-37.pdf

ANEXOS

Anexo 1: Modelo de encuesta



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

INGENIERÍA COMERCIAL

ENCUESTA APLICADA A TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS

DATOS PERSONALES:

Edad:

Ocupación:

Sexo:

1. ¿Conoce usted la comunidad de Angas perteneciente a la Parroquia Huigra y las riquezas naturales que ofrece?

☐ Si

☐ No

2. ¿Por qué motivo visita esta parroquia y sus sectores aledaños?

☐ Comercio

☐ Investigación

☐ Recreación

☐ Visita amigos

☐ Visita familiares

3. ¿Además de la parroquia Huigra, frecuenta otro lugar de este tipo?

☐ Si

☐ No

(¿Cuál?).....

4. ¿Cuál es su tiempo de estadía en este lugar?

- ☐ Un día
- ☐ Tres días
- ☐ 1 Semana
- ☐ 15 días
- ☐ 1 mes

5. ¿Cuándo acude a un sitio turístico que es lo más importante para usted?

	Muy importante	Importante	Nada Importante
Atención			
Infraestructura del lugar			
Ubicación			
Precio			
Gastronomía			
Flora y fauna			
Alojamiento			

6. ¿Cuándo usted va a un lugar turístico lo hace con?

- ☐ Amigos
- ☐ Familiares
- ☐ Pareja
- ☐ Solo

- 7. ¿Visitaría usted la Comunidad de Angas perteneciente a la parroquia Huigra al implementarse cabañas turísticas ecológicas en el lugar?**
- ☐ Si
- ☐ No
- 8. ¿Le gustaría alojarse en un lugar que tenga contacto con la naturaleza y que el mismo le brinde la posibilidad de realizar actividades recreacionales y deportivas?**
- ☐ Si
- ☐ No
- 9. ¿Indique cuál de estas actividades le gustaría que la cabaña turística ecológica brinde?**
- ☐ Alimentación
- ☐ Hospedaje
- ☐ Área Recreativa
- ☐ Piscina
- ☐ Aventuras
- 10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la utilización de las cabañas turísticas ecológicas con estas características?**
- ☐ De 15 a 20 dólares por persona
- ☐ De 25 a 30 dólares por persona
- ☐ Más de 30 dólares por persona
- 11. ¿Considera que la parroquia y sus comunidades cuentan con atractivos turísticos que deben ser explotados?**
- ☐ Si
- ☐ No

Anexo 2: Tasa de interés activa y pasiva

Tasas de Interés			
mayo-2016			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.97	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	10.17	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.63	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	9.65	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	8.89	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	10.09	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	11.09	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.81	Consumo Ordinario*	17.30
Consumo Prioritario	16.71	Consumo Prioritario **	17.30
Educativo	9.30	Educativo **	9.50
Inmobiliario	10.91	Inmobiliario	11.33
Vivienda de Interés Público	4.97	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Minorista	26.98	Microcrédito Minorista	30.50
Microcrédito de Acumulación Simple	25.30	Microcrédito de Acumulación Simple	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	22.21	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25.50
Inversión Pública	7.84	Inversión Pública	9.33
2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depositos a plazo	5.47	Depositos de Ahorro	1.22
Depositos monetarios	0.68	Depositos de Tarjetahabientes	1.21
Operaciones de Reporto	0.10		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	4.21	Plazo 121-180	6.36
Plazo 61-90	5.24	Plazo 181-360	6.96
Plazo 91-120	5.80	Plazo 361 y más	8.05
4. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS MÁXIMAS PARA LAS INVERSIONES DEL SECTOR PÚBLICO (según regulación No. 009-2010)			
5. TASA BÁSICA DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR			
6. OTRAS TASAS REFERENCIALES			
Tasa Pasiva Referencial	5.47	Tasa Legal	8.89
Tasa Activa Referencial	8.89	Tasa Máxima Convencional	9.33